



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
CURSO DE JORNALISMO**

**BRENDA CRISTIAN SOARES DE SOUSA  
OSMAN CABRAL DOS SANTOS**

**DOCUMENTÁRIO: O IMPACTO E CONSEQUÊNCIAS DAS  
FAKE NEWS EM TEMPOS ATUAIS**

**CAMPINA GRANDE**

**2023**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA**

**BRENDA CRISTIAN SOARES DE SOUSA  
OSMAN CABRAL DOS SANTOS**

**DOCUMENTÁRIO O IMPACTO E CONSEQUÊNCIAS DAS  
FAKE NEWS EM TEMPOS ATUAIS**

Relatório técnico apresentado ao Curso Jornalismo do Centro Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Jornalismo.

**Orientador:** Prof. Me. Arão de Azevedo Souza

**CAMPINA GRANDE  
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S237li Santos, Osman Cabral dos.

O impacto e consequências das fake news em tempos atuais.  
[manuscrito] / Osman Cabral dos Santos , Brenda Cristian Soares de Sousa. - 2023.

40 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) -  
Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas,  
2023.

"Orientação : Prof. Me. Arão de Azevedo Souza, Coordenação do  
Curso de Jornalismo - CCSA. "

1. Fake News. 2. Desinformação. 3. Produtos midiáticos.

4. Fact cheng. I. Título

21. ed. CDD 070.4

Hoje agradecemos a Deus o nosso maior momento de alegria e de grande conquista, a caminhada foi grande, mas vencemos.

## **AGRADECIMENTOS**

### **BRENDA CRISTIAN SOARES DE SOUSA**

Primeiramente a Deus, pois sem ele nada seríamos. Venho agradecer a todos que fizeram parte dessa minha grande caminhada e vale ressaltar que os caminhos nem sempre foram fáceis, nesse percurso perdi uma pessoa que era muito importante, minha Vó (Olivia Soares) que sempre se faz presente na minha vida de alguma forma. Tive que dar uma parada pois já não conseguia mais seguir adiante, estava lutando contra as minhas forças. Lembro-me do dia em que conversei com o professor Leonardo Alves que me disse palavras de conforto e incentivo. E eis que chegou o dia que consegui voltar e seguir adiante olhando sempre para frente. Sei que onde ela estiver estará feliz.

Agradeço aos meus familiares que são minha base e pessoas fundamentais na pessoa que sou hoje, que sempre me incentivaram a seguir em frente dizendo que os estudos me levariam a lugares melhores ao meu tio Martinho que me ensinou a ler e mal sabia ele que seria minha eterna paixão se tornando tão importante a ponto de ser umas das características principais da profissão que escolhi para mim hoje.

Até hoje me pergunto como encontrei forças para não desistir e até sei, essa força veio das pessoas que enchem meu coração de alegria que são minhas filhas Anna Julia e Lilian Maria. A minha mãe meu eterno agradecimento que sempre segurou minha mão sendo uma mulher de exemplo, meu esposo e sogra que seguraram as pontas todas as noites com as meninas e sempre me incentivando, a meu pai que sempre acreditou em mim.

A universidade, a seu corpo docente; agradeço a todos os professores que cumpriram com excelência seu papel em todas as disciplinas pagas no curso de jornalismo e que de forma direta tiveram participação na profissional que me tornei.

E ao meu companheiro de tcc Osman Cabral que emoções em amigo ? Vivemos ao longo desse tempo.

Se sintam abraçados com meu agradecimento.

## **AGRADECIMENTOS**

### **OSMAN CABRAL DOS SANTOS**

Em primeiro lugar, a Deus, que fez com que meus objetivos fossem alcançados, durante todos os meus anos de estudos. Por ter permitido que eu tivesse saúde e determinação para não desanimar durante a realização deste trabalho.

A minha mãe, que me incentivou nos momentos difíceis e compreendeu a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização deste trabalho.

Aos amigos, que sempre estiveram ao meu lado, pela amizade incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período em que me dediquei aos estudos.

Ao nosso orientador professor Prof.Me. Arão de Azevêdo Souza, por ter sido nosso orientador e ter desempenhado tal função com dedicação.

À instituição de ensino universidade estadual da Paraíba essencial no meu processo de formação profissional, pela dedicação, e por tudo o que aprendi ao longo dos anos do curso.

Aos professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso.

A todos os mestres que contribuíram com a minha formação acadêmica e profissional durante a minha vida.

Agradeço a professora Eugênia Teles do departamento de filosofia a você que sempre fez a diferença das formas mais amáveis e cuidadosas obrigada por me ensinar coisas que eu nunca conseguiria compreender. Você me inspira a atingir meus objetivos e meus sonhos você ajudou a me transformar na pessoa que sou hoje obrigada pela incansável dedicação e confiança.

A todos que participaram, direta ou indiretamente do desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o meu processo de aprendizado.

Aos meus colegas de curso, Maria Eduarda de Carvalho, Edna Melo, Brenda Lorraine, Daniella Régis e Brenda Cristian com quem convivi durante os últimos anos, pelo companheirismo e pela troca de experiências que permitiram crescer não só como pessoa, mas também como formando.

## **AGRADECIMENTOS**

**BRENDA CRISTIAN SOARES DE SOUSA  
OSMAN CABRAL DOS SANTOS**

Agradecemos a Deus por ter nos dado força em momentos bem difíceis pois a luta de estudar, trabalhar e cuidar de quem amamos não é fácil mas até aqui Deus nos ajudou.

Agradecemos ao nosso orientador Prof. Me. Arão Azevedo por todo cuidado e atenção nas orientações para conduzirmos e construirmos nossa pesquisa.

## RESUMO

A construção desse documentário Impacto das Fake News em tempos atuais foi realizado a partir das falas de âncoras do nosso jornalismo local e professores do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Ambos encaram as novas exigências deste cenário e convivem com a realidade e os desafios. Esse produto tem como objetivo geral investigar os impactos que as Fake News vêm causando na população na forma de fazer jornalismo e de como as mudanças na disseminação de notícias falsas vem afetando a credibilidade do jornalismo. O papel do jornalismo é manter a população sempre bem informada com credibilidade e seu papel crucial é na manutenção da democracia, liberdade de expressão e proteção de direitos, ajudando a população a tomar decisões e participar diretamente da vida social e política. O documentário foi desenvolvido com as falas de Carlos Siqueira, editor chefe da TV Paraíba, Sabrina repórter da TV Borborema e com os professores do curso de Jornalismo da UEPB, Ada Guedes, Rostand Melo, Rafael Melo, Fabio Ronaldo e Sabrina Lima .

**Palavras-Chave:** Fake News, Desinformação, Produtos Midiáticos, Fact-checking.



## **ABSTRACT**

The construction of this documentary Impact of Fake News in current times was carried out from the speeches of anchors of our local journalism and professors of the Journalism course at the State University of Paraíba (UEPB). Both face the new demands of this scenario and live with the reality and challenges. This product has the general objective of investigating the impacts that Fake News has been causing on the population in the way of doing journalism and how changes in the dissemination of fake news have been affecting the credibility of journalism. The role of journalism is to keep the population always well informed with credibility and its crucial role is in maintaining democracy, freedom of expression and protection of rights, helping the population to make decisions and participate directly in social and political life. The documentary was developed with the speeches of Carlos Siqueira, editor in chief of TV Paraíba, Sabrina reporter for TV Borborema and with the professors of the Journalism course at UEPB, Ada Guedes, Rostand Melo, Rafael Melo, Fabio Ronaldo and Sabrina Lima.

**Keywords:** Fake News, Disinformation, Media Products, Fact-checking.

## **SUMÁRIO**

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>2. OBJETIVOS</b>	<b>13</b>
2.1 Objetivo geral	13
2.2 Objetivos específicos	13
<b>3. JUSTIFICATIVA</b>	<b>14</b>
<b>4. JORNALISMO E FAKE NEWS</b>	<b>15</b>
4.1 Os desafios do jornalismo na era digital	15
4.2 Fake News no Jornalismo	17
4.3 Combate às Fake News	19
4.4 Fact- Checking	20
<b>5. O JORNALISMO PARAIBANO</b>	<b>24</b>
5.1 TV Paraíba	24
5.2 TV Borborema	25
<b>6. DETALHAMENTO TÉCNICO</b>	<b>27</b>
<b>7. PLANEJAMENTO TÉCNICO E EXECUÇÃO</b>	<b>28</b>
<b>8. CRONOGRAMA</b>	<b>32</b>
<b>9. ORÇAMENTO</b>	<b>33</b>
<b>10. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>34</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>35</b>
<b>APÊNDICE A- REGISTROS DOS BASTIDORES DAS ENTREVISTAS</b>	<b>37</b>
<b>APÊNDICE B – ROTEIRO DE IMAGEM</b>	<b>40</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este relatório técnico descreve o processo de construção do nosso trabalho de conclusão de curso que foi composto pela construção de um documentário intitulado “O impacto da Fake News em tempos contemporâneos”. A temática está voltada para o jornalismo local retratando a realidade dos telejornais na cidade de Campina Grande, na Paraíba, especialmente os produzidos pelas Tvs Borborema e Paraíba, por serem as mais antigas da cidade, com enfoque para os desafios de como fazer jornalismo, na era digital, em que as Fake News se espalham rapidamente.

Nesse sentido, realizamos uma série de entrevistas com os profissionais das duas principais emissoras de TV da cidade, TV Paraíba e TV Borborema, além de professores do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, com a finalidade de mostrar o dia a dia das redações dos telejornais em meio a tantas informações que chegam e que precisam de uma investigação criteriosa por parte do jornalista e também como a universidade discute o tema em sala de aula, na formação de novos profissionais. Esta série de entrevistas resultou em um documentário gravado com um celular e editado também em programas feitos para o celular.

No plano principal foi entendido como se dá a apuração dos fatos durante a jornada de trabalho: começando pelas primeiras horas do dia, até o fechamento das matérias ao longo da jornada de trabalho. No enfoque foi investigado quais as dificuldades e limitações apresentadas na apuração das informações para a construção das matérias.

No ano de 2016 veio à tona a temática da Fake News, não que fosse algo desconhecido, mas que, por ventura, começou a ser mais falado e discutido. Tivemos dois eventos de repercussão mundial: as eleições presidenciais norte-americanas e a rejeição que decidiu a saída do Reino Unido da União Europeia (Brexit)<sup>1</sup>. Não sendo acaso, no mesmo ano, o dicionário de Oxford define "pós-verdade", “a palavra do ano.” O conceito é referente ou relativo a situações nas quais os fatos objetivos de minoria na opinião pública são sentimentos e convicções pessoais.”(HANCOCK, 2016).

A percepção de pós-verdade dispõe o problema das notícias falsas. Não se trata, apenas, de entrever ou ocultar questões, muito menos da transmissão de opiniões ou análise, mas do discurso que trata como verdadeiro fatos irreais e que ganham adesão porque as pessoas acreditam que aconteceu.

É notório que as mentiras, os boatos, e a divulgação de invenções absurdas não são novas na política. A começar pelos conflitos locais até as disputas internacionais. Do ponto de vista jornalístico, a produção de normas pela “imprensa marrom” é algo que sempre aconteceu. Da mesma forma, não é novidade a abordagem da notícia ou o erro no seu aprimoramento por parte de veículos jornalísticos tradicionais.

Portanto o material produzido e apresentado permitiu um aprofundamento no estudo sobre o impacto das fake news na construção e na produção dos telejornais na da Cidade Campina Grande-PB. Averiguando através de entrevistas realizadas com jornalistas dos principais jornais das TV Paraíba e TV Borborema (objetos de estudo), além de professores do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Estes últimos foram escolhidos para que pudéssemos ter uma análise acadêmica sobre o impacto das fakes news e o processo de formação de novos jornalistas.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo geral**

Desenvolvermos um documentário mostrando o impacto das notícias falsas na construção dos telejornais e na forma de fazer jornalismo na cidade de Campina Grande-PB, bem como abordar como o curso de jornalismo da UEPB aborda o tema na formação de novos jornalistas.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Produzimos um documentário demonstrando como as redações dos telejornais trabalham com o fenômeno das fake news;
- Realizamos entrevistas com profissionais da área da comunicação: jornalistas e professores universitários;
- Mostramos as consequências das fake news no dia a dia das redações;
- Abordamos sobre a liberdade de expressão e ética no jornalismo .

### 3. JUSTIFICATIVA

Com o surgimento da pandemia da Covid-19, o aumento por informações cresceram, e a imprensa precisou multiplicar os esforços para manter suas coberturas, conciliando as rotinas dos profissionais de jornalismo e segurando o crescimento desenfreado das fakes News. Boa parte dos profissionais de telejornais locais de Campina Grande-PB, foram impedidos de ir até os locais dos fatos criando algumas dificuldades, dentre elas, a busca pela informação ouvindo a população. Mesquita (2014) nos fala que essa escuta é como um agente que se envolve ou é envolvido nos processos, nas práticas e nas notícias jornalísticas, possuindo, a capacidade de transformação; força de propagação da informação; capacidade de ação e de ampliação. Assim, conciliando essa e outras dificuldades, cresceram os números de notícias falsas. A internet como grande propagadora de informações potencializou o cenário da desinformação, devido à velocidade em que essas são divulgadas e compartilhadas no ambiente online, atingindo milhares de pessoas e ultrapassando barreiras.

Portanto, diante de toda essa problemática foi visto a necessidade da criação de um documentário com o objetivo de nos mostrar o impacto das “fake news” na construção dos telejornais na cidade de Campina Grande e o processo de formação de novos jornalistas. Tendo como ponto de partida mostrar a realidade dos telejornais da cidade e como eles trabalham para impedir a disseminação das fake News.

Esse combate dentro da educação midiática é um dos pilares mais indicados a se seguir. Segundo Fantin (2011), trata-se da formação de um usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de comunicação e informação e de todas as mídias. Se temos um receptor crítico teremos um indivíduo atento às notícias falsas. Pois o prejuízo na vida de quem é vítima de uma notícia falsa pode ser incalculável. Na pandemia, isso ficou bem evidente com a propagação de boatos sobre vacinas e medicamentos. Segundo Branco (2017), grandes cases de fake news vêm mexendo com o nosso contexto social, contudo, mesmo chegando a níveis alarmantes, até a nível global, elas permanecem sendo disseminadas sem qualquer preocupação dos seus criadores com algum tipo de medida judicial.

“Isso se dá porque muitas das notícias falsas são juridicamente irrelevantes e não geram qualquer consequência no mundo real. Podendo ser encarada quase como spams que circulam fora dos sites” (BRANCO, 2017, p.11). Sendo assim, mesmo com alternativas que vêm surgindo para bater juridicamente as fake news, o esperado é trazer as motivações que possam barrar a proliferação das notícias falsas que ainda é bastante difícil manter um controle para combatê-las em medidas legais.

## 4. JORNALISMO E FAKE NEWS

### 4.1 Os desafios do jornalismo na era digital

Com o avanço das tecnologias e o acelerado processo de globalização tivemos o surgimento de diversas ferramentas e modos de nos comunicarmos. Neste meio, o jornalismo sofreu diversas modificações, dentre elas, destaca-se a forma de passar a informação. Com o surgimento da Web tivemos espaço para uma larga produção de conteúdo. Trata-se do jornalismo digital que passou a desenvolver novas práticas comunicativas. O jornalismo impresso que antes dependia da caneta e do papel, passou a depender de novas telas e plataformas interativas que lhe deram a possibilidade de facilitar a escrita. Assim, o trabalho do jornalista também mudou. Com o surgimento das redes sociais, este profissional passou a trabalhar de forma mais independente, sem estar ligado a um grande conglomerado de comunicação, mas criando seu próprio espaço de fala.

Toda essa evolução na comunicação digital, foi permitindo que o conteúdo na internet tivesse a articulação de intra-informações por meio dos *hiperlinks*; o uso de múltiplas mídias no enriquecimento da informação; a possibilidade de interação entre leitor, na qual ele se transforma em um ser crítico e participativo do conteúdo publicado; e o reaproveitamento do conteúdo produzido pelos internautas como complemento ao material original. (MELO, 2016, p.393)

Assim, as novas plataformas digitais passaram a ajudar os meios a conhecer seu público mais de perto, entendendo suas necessidades e produzindo notícias a seu modo. Nesse novo estilo de fazer comunicação, foi possível o diálogo entre emissor e receptor. Por isso, é preciso estar atento ao que se passa. Neste meio, o jornalista é responsável por fiscalizar, investigar, apurar e divulgar a verdade. A importância do jornalismo reside no fato de que, sem ele, a sociedade ficaria desinformada e vulnerável a manipulações e distorções dos fatos. Ao ter acesso a informações as pessoas podem tomar decisões melhores e mais conscientes, além de se manterem informadas sobre os temas que mais lhes interessam.

Percebemos que estamos diante de uma sociedade mais consciente e ativa na busca por informação. É notado que, para compreendermos essa área, é essencial examinarmos as diversas transformações, que com o amparo dos recursos tecnológicos, modificaram o desenvolvimento de como as informações chegam até os seus receptores, e de como elas são difundidas entre eles.

Desse modo, é importante destacar as alterações que a comunicação, em uma conjuntura universal, sofreu em detrimento do seu avanço. Bauman (2001) reconhece a

percebibilidade dessa informação, que é uma característica fundamental da pós-modernidade: as notícias envelhecem para dar lugar a novas narrativas. O autor ainda destaca que para o sujeito usar plenamente do seu potencial é importante ter uma certa quantidade de informações diárias atualizadas. De modo geral, estamos cientes que precisamos ter noções mínimas de cada temática para alcançarmos certas questões existentes.

Por esse motivo que, “o dilúvio de informação a que estamos expostos diminui, sem dúvida, a nossa capacidade de redução ao essencial” (CHUL-HAN, 2016, p. 74). Recebemos, então, mais informações de conteúdo. “A partir de um certo ponto, a informação deixa de informar e passa a deformar, do mesmo modo que a comunicação deixa de comunicar, limitando-se a acumular” (CHUL-HAN, 2016, p. 75).

Com o bombardeio desses conteúdos que chegam diariamente, as mídias, no objetivo de se destacarem para ter a atenção dos sujeitos, tendem a lançar suas informações a partir de um viés ligado à espetacularização. Debord (2003), desde 1973, aponta o espetáculo como idiossincrasia da mídia e dessa sociedade marcada pelo consumo, afirmando que todo corpo social contemporâneo regido pelo capitalismo manifesta uma ampla concentração de incontáveis espetáculos, e que vão além dos veículos midiáticos. Segundo o autor, “o espetáculo não é um conjunto de imagens, porém uma relação social entre pessoas mediatizadas por imagens” (DEBORD, 2003, p.14). Debord também explora em suas concepções, a perspectiva de que, além dos meios de comunicação, as próprias relações entre os sujeitos percorrem os ambientes de convívio mediados pela logística da mercantilização.

Diante da disseminação da desinformação sobre os mais variados assuntos, surgem os questionamentos sobre como a internet pode ser um espaço livre para a comunicação, o que passa, inclusive, pela compreensão dos usuários a seu respeito (SUMARES, 2017). E o que prova um grave desconhecimento sobre a utilização da rede, logo, uma fragilidade diante do seu potencial informativo.

Essa fragilidade pode ser atrelada ao que Levy (2017) aborda, ao criticar, que do ponto de vista da liberdade de expressão, selecionamos quais os meios de comunicação nos convém e aqueles em que queremos escutar. Desse modo, existe uma diversidade de escolha, mas também de concentração da informação. Ainda segundo o autor (2017), o internauta consegue ter contato direto com o jornalista. Com as redes sociais há uma intimidade e troca de informações, o que pode gerar uma maior dinamicidade e participação dos cidadãos, como uma geração maior de notícias falsas.



A dúvida gerada pela desinformação cria uma ameaça à democracia e à multiplicidade política. A conjuntura se agrava no ambiente mundial em que a elevação de concepções ultraconservadores e o fascismo vem ganhando ares de normalidade e apontando para uma aglomeração de notícias falsas que servido, especialmente, à sua divulgação, embora estejam sendo utilizada por grupos de diferentes espectros políticos ( CORSALETTE, 2018).

Outro ponto importante é fazer um uso mais eficiente das redes sociais como ferramenta de divulgação de notícias, buscando sempre garantir a qualidade da informação e oferecer conteúdo relevante e de interesse público. Assim, é importante que os jornalistas tenham habilidades em verificar e checar se as fontes são confiáveis, antes de publicar qualquer informação. Estes são responsáveis por investigar, relatar informações precisas e imparciais para o público, independente de qual tema esteja sendo tratado. Um jornalismo de qualidade e eficiência caracteriza-se, nos dias atuais, por combater as informações falsas e não ajudar na sua propagação.

## **4.2 Fake News no Jornalismo**

O termo *Fake News* conhecido como notícias falsas surgiu com bastante evidência no ano de 2016 durante a corrida presidencial dos Estados Unidos. Com muita frequência em seu uso, foi eleita, em 2017, a expressão no dicionário Collins.

Em resumo, *Fake News* é toda e qualquer informação distorcida ou manipulada com fins de causar desinformação e medo na população. São notícias contadas de uma forma bem estruturada que muitos não percebem que é mentira. A *Fake News*, quase sempre, é disseminada em sites não confiáveis e redes sociais que circulam pelo mundo, influenciando a opinião pública.

O assunto *Fake News* envolve uma ampla rede de assuntos, como saúde, ciência, religião e política. Que são criados com um objetivo direto de manipular a grande massa para gerar credibilidade sobre uma pessoa ou empresa. Essa credibilidade pode causar polêmicas com fins muitas vezes lucrativos na divulgação de anúncios.

Além disso, as fakes news colocam à tona a discussão do que, de fato, é verdade. Como dito, elas são tão bem articuladas e feitas para fins específicos que geram dúvidas na população. Se estudamos a sociedade no seu viés político e econômico, percebemos que as diferentes classes têm anseios e desejos distintos. Esses desejos, muitas vezes, são controlados por notícias falsas que alimentam certas ideologias e formas de pensar.

Garcia (2019) nos fala que os reflexos negativos das notícias falsas podem induzir a erros simples quando tomamos uma decisão. Para além disso, as verdades mescladas com mentiras torna a análise da vida em sociedade duvidosa, criando uma incerteza e gerando dúvida em que e no que podemos confiar.

O aumento das notícias falsas também pode levar ao surgimento de um jornalismo mais sensacionalista e que prioriza o (clickbait isca ou caça de cliques) em detrimento da investigação e da cobertura precisa dos fatos.

(...) as fakes news são um indicativo de uma “mudança mais ampla em direção a uma ecologia midiática mais descentralizada em que as fontes insurgentes podem ter mais impacto do que antes”. A partir de 2013, várias agências de fake news começam a surgir em diversos países aproveitando a facilidade de se produzir conteúdo sem checagem, com baixo custo editorial, ou seja, sem investimentos em redações, equipes de checagem, de checagem, editores, e, ainda, abusando de boots, algoritmos (softwares de inteligência artificial) criados para espalhar fake news e aumentar câmaras de ego. (FERRARI,2018,p.62)

Com os avanços tecnológicos e o baixo custo em sua produção, as notícias falsas ganharam velocidade em sua propagação. Se torna simples e ao mesmo tempo complexo, porque quem as espalha, não escolhe de forma aleatória o que vai falar. A escolha do público e o que este quer escutar. Além disso, procura atingir os seus objetivos através do impacto que vai causar.

Ferrari (2018) também cita em seu livro, que as *fakes news* não surgiram com as tecnologias e lembra que existem relatos de informações falsas desde o império Romano. Ressalta que esta palavra se propagou nas eleições presidenciais, de Donald Trump nos Estados Unidos, no ano de 2016.

Na mesma linha de pensamento, Souza (2019) alerta que o problema das notícias falsas não é localizado. Com o meio digital não se tem noção do seu alcance. Por isso que a internet é um local favorável para sua circulação. Santaella (2018) complementando este pensamento, enfatiza que as *fakes news* são espalhadas como boatos e fofocas buscando “manipular as pessoas” e influenciá-las de diversas formas.

Uma vez que compartilhar é uma das regras ou um dos apelos do funcionamento das redes sociais, geram-se aí as condições para a disseminação de falsas notícias e de boatos. Por isso, costuma-se dizer que as mídias sociais favorecem a fofoca, a novidade pela novidade, a velocidade da ação impensada e do compartilhamento leviano. A autoridade e a habilidade de publicar agora passam de mão em mão. Links do Facebook e do Twitter se parecem uns aos outros, pois não são aquisitados com valoração diferenciada. Não há regras para a aceitabilidade do que se pensa e se fala quando as normas desvanecem. Foram erodidos os princípios daquilo que uma conversação deve ser (SANTAELLA, 2018, p. 31).

Por isso que o combate a fake news não é um fator simples, ele envolve um desafio complexo. É preciso saber se a informação é, de fato, verdadeira. E isso pode ser feito olhando quem a escreveu, qual a data, se há erros gramaticais no texto, qual o meio de comunicação em que ela está sendo divulgada e se existem fontes que comprovem aquela informação. São pequenos detalhes que passam despercebidos para quem lê, pois em alguns casos, há a necessidade do indivíduo de acreditar que aquilo, de fato é verdadeiro, e que de alguma forma irá reiterar sua forma de pensar.

### 4.3 Combate às Fake News

Para combater as *fake news*, é essencial que os jornalistas continuem a realizar um trabalho rigoroso de verificação de fatos e fontes. Além disso, é importante que os veículos de comunicação implementem políticas transparentes e éticas na divulgação de notícias. E que as redes sociais também desempenhem um papel mais proativo na eliminação das informações falsas. O verdadeiro jornalismo tem a responsabilidade ética de buscar a precisão dos fatos e apresentá-los com transparência e imparcialidade. No entanto, há casos em que jornalistas podem ser tentados a criar manchetes que chamam a atenção do leitor e atraem mais tráfego para seus sites ou publicações. Isso pode levar a uma confusão e desinformação para o público. Neste ponto, Stanger nos fala que

Uma das principais razões disso é que as pessoas têm ilusão a respeito da sua própria compreensão, pois na verdade sabem muito menos do que imaginam saber. Ao receber algum tipo de mensagem, podem se sentir na obrigação de compartilhar ou o fazem para demonstrar que dominam aquele assunto. Cria-se, assim, uma teia onde o próprio propagador da mensagem coloca-se como parte, comprometendo-se, dessa forma, com o divulgá, sendo este um dos motivos que as pessoas sentem dificuldades em admitir que enviaram uma Fake News. A retratação pode se tornar “vergonhosa” ao se admitir que, assim como várias outras, também foi enganada. (STANGER, 2019, p. 41)

O se sentir enganado por algumas pessoas é constrangedor. Compartilhar uma notícia na rede social WhatsApp, em grupo de amigos ou família, pode parecer algo simples, mas a velocidade com que essas informações são espalhadas chegam a proporções inimagináveis. Alcança uma rede de pessoas que não se dá para medir. Notícia falsa não começa só com meios de comunicação, mas mensagens de pessoas comuns.

Stanger (2019) cita que propagação de fake news assume proporções além do limite que as pessoas têm de absorvê-las. Porém a questão principal são as consequências de sua proliferação, chegando a acabar com reputações tanto de pessoas como de instituições.

No Brasil temos a Lei do Marco Civil da internet que tem regulado o seu uso por meio de princípios, direitos e deveres, bem como a determinação de ações feitas pelo Estado. No entanto, essa lei deixa algumas lacunas. Os usuários da internet e, principalmente das redes sociais, não têm qualquer orientação ou preparo para usufruir de seus benefícios, saber quais suas obrigações e ter poder crítico diante do seu uso.

Por isso, é tão importante a educação para os meios. Entender o seu funcionamento, saber como uma notícia é construída, como funciona a produção e como devo ler as informações. Para além do entretenimento, os meios de comunicação tem a função de educar a sociedade. A relação entre comunicação e educação engloba diferentes assuntos, concepções, teorias e práticas humanas expressivas, pois quanto mais ampliamos a forma de nos comunicar mais damos espaço para que processos comunicativos sejam construídos. Os avanços tecnológicos aguçaram o desejo da população em se comunicar e aprender. Possibilitaram, também, que a aprendizagem não fosse algo, apenas, restrito da sala de aula. (KENSKI, 2008)

Quando um jornalista escreve uma matéria sobre uma receita, ele ensina o indivíduo como fazer e quais os benefícios de preparar aquele prato. Há, então, um compartilhamento de conhecimento. Assim, é preciso entender que por a educação ser promovida em diversas instâncias da sociedade, a comunicação sempre será usada para efetivação de suas práticas.

Neste contexto é que se combate a fake news. Se, como jornalistas, temos o poder de educar, precisa-se, então, usar as palavras corretas, orientar a sociedade a como ler as notícias, incentivar a busca por fontes seguras e fazê-las compreender as consequências em compartilhar notícias falsas.

Sabemos que pra isso não existe uma fórmula, pois para além do que foi apresentado existem conglomerados de comunicação que espalham fake news e, pior, trabalham com isso. Assim, antes de tudo é preciso que os órgãos públicos trabalhem de forma mais efetiva em seu combate e que a sociedade tenha poder crítico para discernir o que é verdade do que é mentira.

#### **4.4 *Fact- Checking***

Com tudo o que foi explanado e discutido nas linhas acima, cabe prosseguir com a discussão, citando, que para além, das formas e métodos que podemos utilizar para o combate às fake news, encontra-se a *fact-checking*, que nada mais que uma ferramenta utilizada para checagem de informações. Isso é feito tanto por empresas especializadas, quanto pelos

próprios veículos de comunicação, ao se retratar sobre alguma informação falsa ou errada que passaram. Segundo Diniz (2016), essa prática já é antiga, visto que um dos deveres do jornalismo é checar as informações. Entretanto, a verificação dos fatos vem ganhando fôlego devido a grande proliferação de fake news.

A campanha presidencial dos Estados Unidos, no ano de 2016, foi crucial para que o trabalho das *fact-checking* fosse de fato efetivado. Teve-se uma grande produção de notícias falsas que acabou interferindo no resultado das eleições. Segundo Prado e Morais (2018), após o surgimento das *fact-checking*, veículos de comunicação tradicionais nos Estados Unidos lançaram iniciativas para auxiliar na cobertura eleitoral. Ainda segundo os autores, as agências de checagem que surgiram nos anos 2000 passaram a adotar novas formas de classificação da notícia que foram para além do verdadeiro ou falso. (Prado e Morais, 2018)

Como exemplo, temos O *PolitiFact*, ferramenta de checagem, que segundo Prado e Morais (2018) utiliza indicadores como “majoritariamente verdadeiro” e o “parcialmente verdadeiro”, quando a notícia precisa de mais informações para ficar completa. Já nas falsas temos a “majoritariamente falsa”, quando contém alguma verdade, mas ignora informações; as falsas; e, por último, as “ridiculamente falsas”.

A conduta da *PolitiFact*, prioriza a busca por fontes primárias, pesquisa de dados, acesso a relatórios do governos e estudos acadêmicos. O primeiro passo é o contato com o veículo que publicou a informação, depois é feito uma pesquisa detalhada sobre cada informação que foi compartilhada. Ou seja, há um cronograma a ser seguido, não apenas, olhar se aquilo é falso ou verdadeiro, mas entender de que modo as informações foram colocadas. (Prado e Morais, 2018)

No Brasil a *fact-checking* seguiu o mesmo caminho dos Estados Unidos, a checagem das notícias começou com a cobertura das eleições. O primeiro registro são de dois projetos da Folha de S.Paulo, o “*Mentirômetro*” e o “*Promessômetro*”. As eleições presidenciais de 2014 foram essenciais para que esse trabalho fosse intensificado, devido à quantidade de informações falsas que foram produzidas. (Prado e Morais, 2018)

No dia 7 de julho de 2015, Tai Nalon, da Folha de S.Paulo, funda o Aos Fatos, primeiro veículo de comunicação, que deixa, apenas, de cobrir as fakes news no período eleitoral e passa a abranger uma cobertura maior. No mesmo ano, também é fundada a Agência Lupa, pela jornalista Cristina Tardáguila que liderava o blog Preto no Branco.

Outra agência também que ganha destaque é Fato ou Fake do grupo o Globo, e que foi lançada em 2018. É monitorada pelos jornalistas dos veículos g1, *O Globo*, *Extra*, *Época*, *Valor Econômico*, Central Brasileira de Notícias (CBN), GloboNews e TV Globo<sup>1</sup>.

O foco desses dois meios, aqui destacados, como também dos demais veículos é ajudar no combate das fake news, levar a informação precisa à população e contribuir para um debate político democrático.

Esses veículos nasceram de jornais e meios de comunicação tradicionais do Brasil, mas que começaram a ganhar autonomia quanto à sua prática

No Brasil, as agências de fact-checking têm uma evolução parecida com os veículos de checagem dos Estados Unidos: nascem dentro de jornais já consagrados e ganham sua autonomia quando há uma prática bem estabelecida. Hoje, os veículos de checagem, como o Aos Fatos e a Lupa, funcionam de forma semelhante a uma agência de notícias: produzem conteúdos e, além de publicar em seus próprios sites, vendem algumas checagens com exclusividades para veículos tradicionais. Matérias da Lupa, por exemplo, já apareceram na versão impressa da Folha de S.Paulo (MARES; AFONSO; LEAL, 2018 *apud* PRADO; MORAIS, 2018, p.47)

Esse tipo de parceria ajuda na divulgação dos veículos à sociedade, o que contribui para suas campanhas e formas de financiamento, que também vem da população, em geral, através de doações de seus leitores. Esse tipo de financiamento, quando não vem de um conglomerado empresarial, ajuda na independência do meio e acaba não o vinculando, de forma efetiva, aos meios de comunicação que os criaram. Por isso, também é de suma importância que o jornalismo, de forma geral, preze pela ética e entregue a informação de forma limpa e clara.

Neste combate às *fake news* os meios de comunicação precisam respeitar os valores e normas para a construção de um bom jornalismo, que não espalhem informações inverídicas e consiga entregar um conteúdo de qualidade.

No início do século XX, Christofolletti (2007), em seus estudos, destacou a organização e preocupação dos jornalistas em preservar os valores de um bom trabalho. No Brasil, o primeiro código de ética surge em 1949 motivado pela Federação Nacional dos Jornalistas, FENAJ, e aprovado no terceiro Congresso Nacional da categoria em Salvador (CHRISTOFOLETTI, 2007).

Ao longo dos anos, o código foi modificando e outras instituições surgiram trabalhando nesta regulamentação. Em 1987, os sindicatos se organizaram para seguir novas orientações do Código de Ética Brasileiro. O documento se afina com os textos de outras

---

<sup>1</sup> Informações retiradas do site: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Fato\\_ou\\_Fake#cite\\_note--2-3](https://pt.wikipedia.org/wiki/Fato_ou_Fake#cite_note--2-3). Acesso em: 04 de junh 2023

normas de organismos internacionais, como a UNESCO e a Federação Internacional dos Jornalistas. A partir de uma análise dos conteúdos de códigos deontológicos e normas propostos à atuação de jornalistas, Cornu (1994) apontou quatro eixos que desenham a orientação da ética jornalística e que entendemos contemplar as questões sobre a relação entre ética e jornalismo. São: a missão da empresa, a liberdade de informação, a verdade como dever fundamental e o respeito à pessoa como limite.

A verdade que tanto se preza nos noticiários está refletida na ética, que é formada por normas que orientam os profissionais para a produção e publicação de notícias. Ela é fundamental para garantir a credibilidade e a qualidade do jornalismo, uma vez que ajuda a prevenir a propagação de informações falsas e imprecisas.

Os limites cotidianos, no jornalismo, vivem a tensão entre a possibilidade de realização da ética e as dificuldades teórico-operacionais para execução dos princípios, o que equivale dizer que o movimento moral é sempre presente. Mas é nesse momento que a abstração e a generalização precisam de uma ponte com as situações e circunstâncias concretas do trabalho específico do jornalista, que enfrenta dilemas, dúvidas e precisa escolher o caminho mais correto à luz da dimensão pública de sua atividade” (KARAM, 2014, p.52).

Entre os princípios éticos do jornalismo, destacam-se a objetividade, a imparcialidade, a transparência, a responsabilidade, o respeito aos direitos humanos e à privacidade das pessoas. Os profissionais da área devem buscar sempre a verdade dos fatos e evitar a distorção das informações por interesses pessoais, políticos ou econômicos. Além disso, é importante que o jornalista busque fontes confiáveis e independência na produção de reportagens, bem como respeite as leis e os princípios constitucionais de liberdade de expressão e de imprensa.

A ética no jornalismo não é apenas uma questão moral, mas também uma questão de responsabilidade social. Por meio do compromisso com a ética, os profissionais da área podem contribuir para a formação de uma sociedade mais consciente e informada. Por isso, deve ser pautada no respeito à verdade e na imparcialidade em transmitir uma notícia. Evitar a discriminação e o sensacionalismo, preservar a privacidade e a dignidade das pessoas, assim como respeito à presunção de inocência dos indivíduos.

Contudo, não é raro que a ética seja negligenciada no meio jornalístico. Isso pode ocorrer por diferentes motivos, por exemplo: o desejo de ser o primeiro a divulgar uma notícia, de conseguir mais audiência ou de agradar a determinados grupos. Nesse cenário, é importante que a sociedade também tenha papel fundamental, exigindo que os jornalistas atuem de forma ética e responsável. Cabe a ela, portanto, avaliar a qualidade das informações

divulgadas e questionar sempre que necessário, não se deixando levar por discursos manipulativos ou apelativos.

Alguns dos principais desafios éticos enfrentados pelos jornalistas atualmente incluem a necessidade de lidar com a polarização política e ideológica, as fake news e o sensacionalismo. Em suma, a ética no jornalismo atual é um tema essencial para garantir a qualidade e a confiabilidade das informações produzidas e divulgadas pelos meios de comunicação.

## **5. O JORNALISMO PARAIBANO**

Grandes são os meios de comunicação em todo o mundo. Na Paraíba, grupos empresariais comandam as principais emissoras de rádio e televisão. Segundo o site do Tribunal Regional Eleitoral, no ano de 2018, 64 emissoras de rádio e televisão tiveram inserção para guia eleitoral. Sendo 9 emissores de televisão e 55 de rádio<sup>2</sup>. Isso resulta que apesar dos grandes avanços tecnológicos, uma boa parte da população ainda tem acesso às ondas radiofônicas como meio informativo. Esses meios estão distribuídos no interior da Paraíba, tendo uma concentração das emissoras de televisão nas cidades de Campina Grande e na capital, João Pessoa.

Campina Grande, sendo uma cidade do interior, localizada no agreste paraibano, se tornou um grande polo industrial e acadêmico no Nordeste, atraindo pessoas de vários estados do Brasil. A cidade, portanto, comporta quatro emissoras de TV e seis emissoras de rádio, segundo a última inserção do Tribunal Regional Eleitoral, no ano de 2018. Porém com os avanços tecnológicos foram surgindo portais de notícias na internet o que faz aumentar este número. Duas emissoras se destacam no estado: TV Paraíba, afiliada da Rede Globo e a TV Borborema, afiliada ao SBT. Ambas com histórias e tradição no jornalismo campinense e paraibano.

### **5.1 TV Paraíba**

A emissora é antiga no estado da Paraíba, sua história começou no dia 19 de março de 1984 quando foi firmado o contrato de constituição da sociedade denominada TELEVISÃO PARAÍBA LTD. Com sede provisória no centro de Campina, se mudou no ano de 1987 para o bairro da Palmeira, onde reside até os dias atuais. No ano anterior, a TV firma contrato e

---

<sup>2</sup> Informações retiradas do site:

<https://www.tre-pb.jus.br/eleicoes/eleicoes-2018/emissoras-de-radio-e-tv-cadastradas-insercoes>. Acesso em: 02 de jun 2023



recebe a concessão da Central Globo de Engenharia de transmitir os sinais da TV Globo Ltda.

O primeiro telejornal da TV Paraíba a ir ao ar, foi o CGTV, no dia 02 de janeiro de 1987, com a apresentação de Adenildo Junior. Hoje, o telejornal mudou o nome para JPB (Jornal da Paraíba) com a primeira edição apresentada às 11:45 e a segunda edição 19h10

Alguns momentos marcaram a história da TV que conseguiu captar momentos importantes para a história da cidade e do estado da Paraíba. No ano de 1992 fez sua primeira transmissão ao vivo direto do Parque do Povo, mostrando para todo o estado a festa do Maior São João do Mundo. As imagens foram ao ar no JPB 2ª edição.

Outro momento importante foi no esporte. A TV Paraíba realizou sua primeira transmissão ao vivo de uma partida de futebol, era decisão do campeonato paraibano entre as equipes do Treze Futebol Clube e Campinense Futebol Clube (AZEVEDO, 2016).

Um dos programas de destaque da emissora é o Bom dia Paraíba, que une as TVS Cabo Branco e Paraíba. Tem a apresentação de Denise Delmiro levando ao telespectador uma retrospectiva do dia anterior, além das principais notícias do estado, entrevistas e reportagens. O programa vai ao ar de segunda a sexta às seis horas da manhã e sua transmissão acontece na capital João Pessoa, onde fica localizada a TV Cabo Branco.

Atualmente, a TV Paraíba conta com dois programas, o JPB 1 e 2, apresentado por Carlos Siqueira (JPB2) e o Paraíba Notícia, que é um boletim informativo durante a programação. O restante da programação conta com as atividades da Rede Globo Nacional.

## **5.2 TV Borborema**

Sobre a segunda emissora objeto de estudo deste trabalho, encontramos informações de sua história na dissertação de Rômulo Ferreira de Azevedo Filho (2016). De forma resumida, a TV Borborema, opera no canal 9 e é afiliada do SBT. Foi fundada no ano de 1961, sendo a primeira emissora do estado da Paraíba.

A TV entrou em fase de experimento no de 1963, quando produziu seus primeiros programas. A emissora integrou a Rede Tupi até o ano de 1980, quando esta foi extinta. Em 8 de setembro do mesmo ano, filiou-se à Rede Globo, permanecendo até o ano de 1986, quando a TV Paraíba entrou no ar e firmou contrato. No ano seguinte começou sua parceria com o SBT, em que está até os dias atuais. (AZEVEDO,2016)

Em 14 de março de 2016 data que em que a TV Borborema completou 50 anos, renovou a programação e com a produção de novos programas, como o Tudo de Bom, e a estreia de novos cenários. Foi também realizada uma sessão solene na Câmara Municipal de Campina Grande, em que recebeu a medalha de honra ao Mérito Municipal pelos 50 anos de serviços prestados à cidade. O presidente do Sistema Opinião de Comunicação, Cândido Pinheiro Júnior, também ganhou o título de cidadão campinense. (AZEVEDO,2016)

Além das retransmissões da programação nacional do SBT, a TV Borborema produz e exhibe os seguintes programas: Patrulha da Cidade, apresentado pelo jornalista José Cláudio, Hora do Povo, apresentado por Kalilka Vólia, Borborema Notícias com Paulo Pessoa e Borborema Esportes com o jornalista esportivo Marcos Vasconcelos, além do programa especial Momento Junino apresentado mês de junho.

## 6. DETALHAMENTO TÉCNICO

Através dos estudos e no que foi detalhado no aporte teórico deste trabalho a fim de responder os questionamentos levantados nos objetivos, foi realizado um documentário, que tem finalidade de alertar a população sobre o consumo de notícias falsas e como combatê-las.

Para a construção deste documentário utilizamos de dois roteiros de perguntas, um para os repórteres das emissoras da TV Borborema e TV Paraíba conhecidas como as tvs de maior audiência na cidade de Campina Grande; e outro para os professores da Universidade Estadual da Paraíba do curso de Jornalismo. As perguntas serviram de avaliação para verificar as mudanças no fazer jornalismo em tempos de fake news.

A partir das gravações desenvolvemos o roteiro do documentário respondendo às seguintes questões: O que é fake news? Quais os seus impactos? Como se faz o processo de checagem dos fatos para que a população fique atenta ao que é falso? Como as falas dos apresentadores Carlos Siqueira e Sabrina Lima impactam na interpretação das informações por parte dos telespectadores?

Foram divididas as tarefas elaboradas e desenvolvidas como:

- . Nome do documentário
- . Design do vídeo
- . Inscrição na plataforma YouTube
- . Design da logo para o YouTube

## 7. PLANEJAMENTO TÉCNICO E EXECUÇÃO

A princípio foi planejado a entrevista de três jornalistas das TVs de Campina Grande, mas com as discussões teóricas e de planejamento foi sentida a necessidade de entrevistar professores e pesquisadores do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. O objetivo foi promover através das respostas das perguntas formuladas um comparativo de pensamentos: mostrando o agir dos jornalistas que já estão atuando, com aqueles que estão em formação para o mercado de trabalho.

O questionário tinha um total de 10 perguntas objetivas. O mesmo questionário foi utilizado para as entrevistas com os jornalistas e professores. Os jornalistas entrevistados foram: Carlos Siqueira, da TV Paraíba e Sabrina Lima, da TV Borborema .

A pretensão seria entrevistar os três âncoras do nosso jornalismo local: Tv Paraíba, Tv Borborema e Rede Ita de Comunicação, mas esta última não conseguimos devido a demanda de produção de conteúdo para o São João de Campina Grande edição comemorativa dos 40 anos.

Os professores que selecionamos previamente, conseguimos fazer. Não houveram imprevistos. Os entrevistados foram: o professor Rostand, Ada guedes, Fabio Ronald e Rafael Melo. As entrevistas com os dois primeiros foram realizadas de forma presencial, na Universidade Estadual da Paraíba. Já com os dois últimos as gravações aconteceram de forma virtual, via aplicativo.

Foi desenvolvido um cronograma em que ficaram definidas as datas. O primeiro passo foi estabelecer uma visão clara do objetivo do documentário, determinando o uso da abordagem narrativa ( investigativa e educacional). Na parte de pesquisa e roteiro foi realizada uma análise aprofundada sobre o tema de fake news, incluindo estudos de casos e análise de exemplos relevantes. Seguindo com roteiro estruturado, o documentário foi dividido em cenas e sequências lógicas de forma coesa e clara.

A equipe de produção contou com a estudante e Brenda Cristian e Osman Cabral em que exerceram os papéis de diretor, roteirista, produtor, editor de fotografia e outros membros-chave. Estabelecemos um plano de baixo custo na produção do documentário em que todas as cenas foram gravadas por aparelhos de celular e a edição feita uma parte com o programa de edição Capcut e a outra parte no programa Canvas Pro. O único custo extra foi o pagamento da assinatura do programa Canvas Pro.

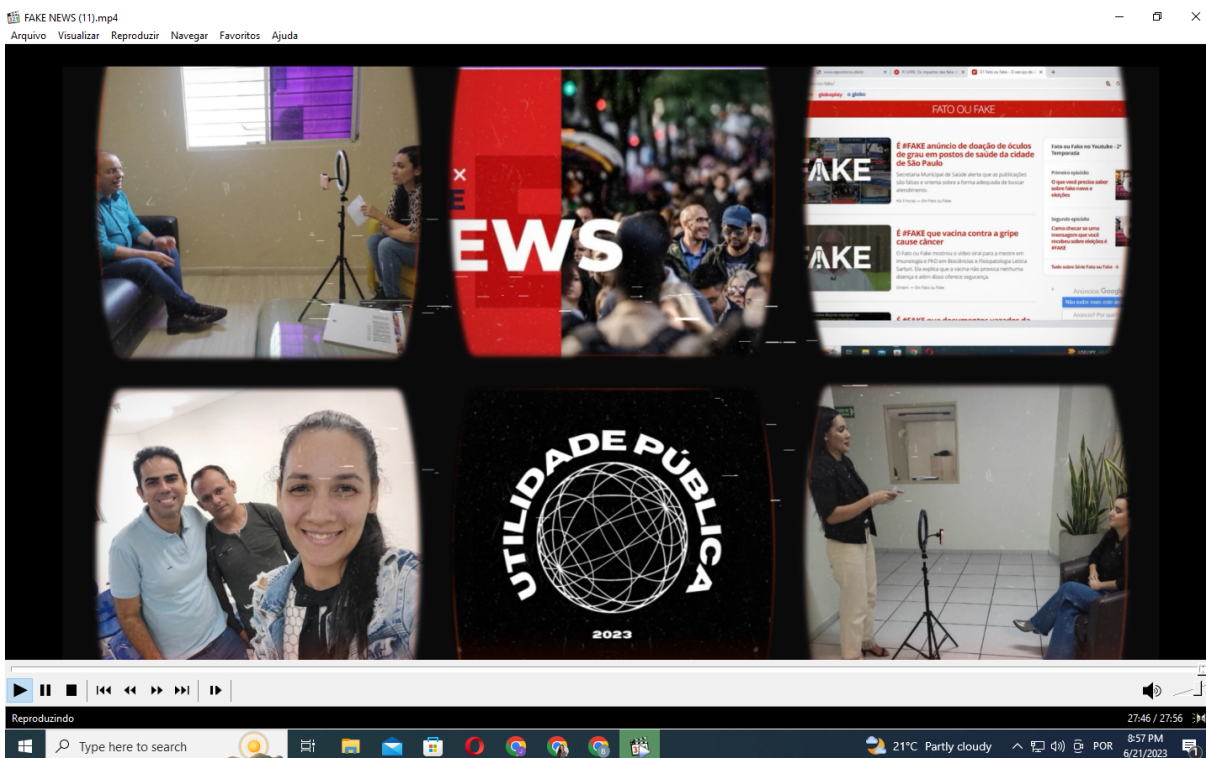
**Figura 1: YouTube - Fake News em tempos contemporâneos**



**Figura 2: Design de vinheta inicial- YouTube Fake News em tempos contemporâneos**



**Figura 3: Design de agradecimentos finais**



Para a escolha do nome do documentário optamos por *Fake News em tempos contemporâneos*, sendo voltado para informações, depoimentos, esclarecimentos sobre o impacto e perigos da fake news em tempos atuais.

O vídeo foi produzido em um único episódio com duração de 27 minutos e 56 segundos, respondendo às questões que foram levantadas acima. Também foi criada uma descrição para divulgação do vídeo na plataforma do Youtube, já que a intenção dessa produção é que o vídeo alcance o maior número de pessoas possíveis para ajudarmos no combate a desinformação. Com relação a produção, foi necessário o conhecimento de todos os aplicativos usados, desde a edição até a criação do canal no YouTube.

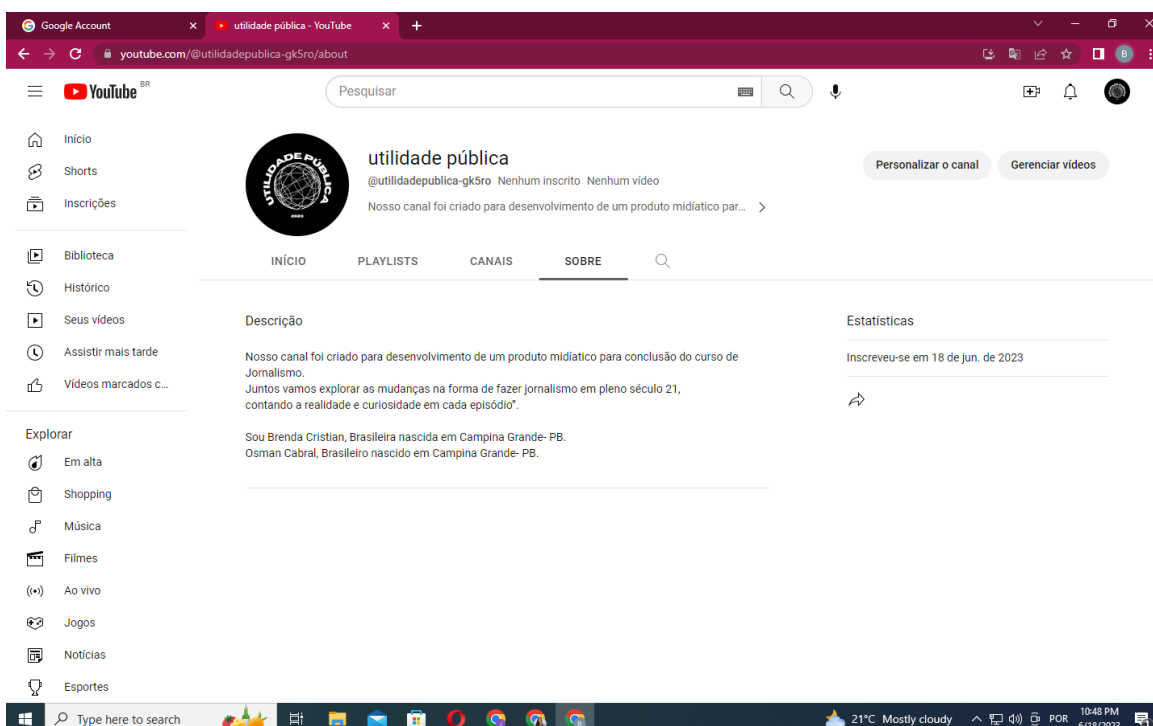
Com orientação do professor Prof. Me. Arão Azevedo do curso de Jornalismo da UEPB, iniciou-se uma pesquisa geral sobre o tema fake news que foi seguida da decisão de produzir um documentário. Depois da escolha do produto midiático a ser produzido, montou-se o roteiro. O roteiro contou com uma série de perguntas que foram direcionadas aos entrevistados. A escolha pelos entrevistados e as perguntas elaboradas foram primordiais para agregar conhecimento sobre o tema tratado.

**Figura 4-  
Design da logo criada para o canal do Youtube**



A logo foi desenvolvida no aplicativo do Canvas com design moderno e descontraído.

**Figura 5: Design da página inicial do canal no youtube  
Canal Utilidade Pública**



## 8. CRONOGRAMA

No cronograma de produção foram considerados os prazos para pesquisa, entrevistas, gravação, edição, mixagem de som, trilha sonora e finalização para entrega do documentário. O documentário foi gravado com dois aparelhos de celular, tendo o auxílio do computador para a edição dos vídeos e escrita deste relatório.

<b>ATIVIDADES</b>	<b>Fevereiro</b>	<b>março</b>	<b>abril</b>	<b>Maio</b>	<b>Junho</b>
<b>Orientação</b>	x	x	x	x	x
<b>Relatório técnico</b>			x	x	x
<b>Revisão final</b>				x	x
<b>Gravações das entrevistas</b>		x	x	x	x
<b>Edição do documentário</b>			x	x	x
<b>Apresentação do tcc</b>					x



## 9. ORÇAMENTO

Foram gastos em transporte para as gravações com os jornalistas da TV Paraíba e TV Borborema o valor de R\$50 reais, em que R \$35,00 reais foi com o Uber e R\$15 com transporte público. Já na parte técnica tivemos um gasto de R \$249,00 com a assinatura do programa de edição Canvas Pro . Referente às impressões de materiais o valor total foi de R \$30,00 .

TRANSPORTE	R\$ 50
IMPRESSÃO	R\$ 30
PROGRAMA DE EDIÇÃO CANVAS	R\$ 249
TOTAL EM REAIS	R\$ 329

## 10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o processo de estudo foi possível a construção e execução deste documentário, colocando em prática todo o conhecimento adquirido em sala de aula. Abordamos como tema principal: *O Impacto da Fake News em tempos atuais*<sup>3</sup>. O documentário teve a duração de 27 minutos e 56 segundos e se encontra disponível através do link abaixo. Sua divulgação aconteceu na rede social Youtube. E a escolha desta plataforma se deu pelo seu alto alcance na internet.

Entendemos que um grande número de informações podem ser enganosas e imprecisas, por isso se deve ter a habilidade de analisar criticamente todas as informações recebidas. Assim, também, é necessário compreendermos que os jornalistas precisam ter conhecimento sobre fontes confiáveis, como também precisam saber quais fontes a internet e outras plataformas não disseminam notícias falsas.

Globalmente, com a grande quantidade de informações disponíveis e a facilidade com que elas são compartilhadas, o jornalismo deve ser a chave mestra para a veracidade das informações, pois os profissionais da área são o espelho da informação e identificador de mentiras espelhadas

As tecnologias não foram criadas com o intuito de difamar e causar pânico. A sociedade não tem consciência do poder do alcance das novas tecnologias e das consequências em compartilhar uma informação sem checar. Por isso, um dos grandes obstáculos das notícias falsas é o despreparo da sociedade em consumir informações, já que diante de fatos catastróficos podemos tomar atitudes que nos levam para a censura, visto que ao mesmo tempo que temos o poder de disseminar informações, também temos o poder de espalhar e educar a sociedade por um caminho que diverge dos valores democráticos.

---

<sup>3</sup> Acesso em: <https://www.youtube.com/channel/UCTUD9i7FR7LIFCVKC9QH-Sg>

## REFERÊNCIAS

AZEVÊDO FILHO, RÔMULO FERREIRA DE. **Campina Grande, desenvolvimento e Televisão Regional: O caso da Tv Borborema**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional )- Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas.. Campina Grande, 2016.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A preocupação com a ética: tradição e futuro. Jornalismo em perspectiva**. UFSC, Florianópolis, 2007. Disponível: <<https://monitorando.files.wordpress.com/2007/11/preocupacao-etica.pdf> > Acesso em: 02 de jun. 2023.

\_\_\_\_\_, Rogério. **Monitores de Mídia como o jornalismo catarinense percebem seus deslizes éticos**. Itajaí-Florianópolis: Ed. Univali e Ed. UFSC, 2003

DINIZ, AMANDA T. Fact- Checking no jornalismo digital: práticas, possibilidade e legitimação. **Impactum**: Coimbra University Press, Coimbra, 216. DOI. Disponível em:< UCDigitalis: Fact-Checking no Ecosistema Jornalístico Digital: práticas, Possibilidades e Legitimação>. Acesso em: 04 de junho 2023

EMBRAPA. Unidade de Apoio, Pesquisa e Desenvolvimento de Instrumentação Agropecuária (São Carlos, SP). Paulo Estevão Cruvinel. **Medidor digital multisensor de temperatura para solos**. BR n. PI 8903105-9, 26 jun. 1989, 30 maio 1995.

FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC, 2018.

GOMES, L. G. F. F. **Novela e sociedade no Brasil**. Niterói: EdUFF, 1998.

HOUAISS, Antonio (Ed.). **Novo dicionário Folha Webster's**: inglês/português, português/inglês. Co-editor Ismael Cardim. São Paulo: Folha da Manhã, 1996.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e Comunicação: Interconexões e Convergências**. Educ.Soc., Campinas, v.29, n104- Especial, p.647-665, out.2008. Disponível em:<http://www.scielo.br/pdf/es/v29n104/a0229104.pdf>. Acesso em: 17 Fev de 2017

KOOGAN, André; HOUAISS, Antonio (Ed.). **Enciclopédia e dicionário digital 98**. Direção geral de André Koogan Breikmam. São Paulo: Delta: Estadão, 1998. 5 CD-ROM.

LÉVY, Pierre. A esfera pública no século XXI in: DI FELLICE, Massimo; PEREIRA, Eliete; ROZA, Erick. **Net ativismo: redes digitais e novas práticas de participação**. Campinas: Papirus, 2017, p.29-38.

MELO, Fábio Bandeira de. **Webjornalismo: a era da personalização em massa**. In: Silva, Fernando Firmino (Org). **Transmutações no jornalismo**. Campina Grande: EDUEPB, 2016.

PERFIL da administração pública paulista. 6. ed. São Paulo: FUNDAP, 1994. 317 p.

SILVA, R. N.; OLIVEIRA, R. Os limites pedagógicos do paradigma da qualidade total na educação. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFPE, 4., 1996, Recife. **00Anais eletrônicos...** Recife: UFPE, 1996. Disponível em: <<http://www.xxx.com.br>>. Acesso em: 21 jan. 1997.

PRADO, J.G.R; MORAIS ,O.J. **A checagem dos fatos (fat-checking) como nova prática jornalística: história, crescimento e profissionalização**. 2018. Disponível em: <Microsoft Word - Artigo Intercom.docx ([portalintercom.org.br](http://portalintercom.org.br))>. Acesso em: 04 de junh 2023

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

SOUZA, Rogério M. **Investigando as fakes news: análise das agências falsas fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil**. 2017. Disponível: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0343-1.pdf>. Acesso em: 29 maio.2023.

## APÊNDICE A- REGISTROS DOS BASTIDORES DAS ENTREVISTAS

**Bastidores da entrevista com a jornalista Sabrina Lima/ foto: Brenda Cristian**



**Bastidores da Entrevista com o jornalista Carlos Siqueira. Foto: Osman Cabral**



**Registro da entrevista com o professor Dr. Rostand Melo. Foto: Brenda Cristian**



**Foto com Carlos Siqueira, jornalista da TV Paraíba. Foto: Osman Cabral**



**Bastidores da gravação do documentário. Foto: Osman Cabral**



## **APÊNDICE B – ROTEIRO DE IMAGEM**

### **Cena 1: Raízes históricas das fake news**

Definição do que é fake news

### **Cena 2: A era digital e a propagação das fake news**

Entrevista com jornalistas especialistas da rede de comunicação Tv Paraíba com o editor chefe Carlos Siqueira e Tv Borborema com a jornalista Sabrina Lima do nosso jornalismo local com grande audiência de Campina Grande, explicando o conceito de fake news e seu impacto na sociedade.

### **Cena 3: Desafios e soluções (fala de Carlos Siqueira e Sabrina Lima dando o alerta do combate a fake news)**

Destacar os desafios enfrentados na luta contra as fake news, incluindo a dificuldade de verificar a veracidade das informações em um ambiente digital.

### **Cena 4: Fabricação de notícias falsas e seus impactos**

Investigar como as fake news são criadas e disseminadas.

### **Cena 5: Apresentação do problema**

Mostrar exemplos de fake news que tiveram repercussões no estado da Paraíba.

### **Cena 6: Entrevista com professores da área de comunicação (jornalismo)**

Entrevistas com especialistas em comunicação da área do jornalismo explicando o conceito de fake news e seu impacto na sociedade.