

A crise da credibilidade jornalística em meio aos boatos virtuais: o caso do corte de cabelo do ditador¹

Pâmella Avelar de BARROS²

Rogério Martins de SOUZA³

Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ

Resumo

Diariamente circulam várias informações na internet e com elas inúmeros boatos que nem sempre são verdadeiros, os *hoaxes*. Entre várias notícias falsas divulgadas na rede mundial de computadores foi selecionada a história da suposta exigência do ditador norte-coreano Kim Jong-Un, o qual teria imposto a todos os homens daquele país o seu corte de cabelo. A informação repercutiu pelo mundo e foi publicada como verdadeira na mídia online, corrompendo, deste modo, a credibilidade jornalística de apuração. Este artigo pretende analisar como uma notícia inverídica se alastra pela rede e atinge até jornais conceituados da grande imprensa.

Palavras-chave: boatos virtuais; *hoax*; jornalismo digital; apuração; comunicação.

Introdução

É necessário cada vez mais cuidado ao ler as notícias. Algumas delas podem influenciar o cotidiano, fazendo com que a sociedade fique às margens de informações insólitas, que divulgadas por meio da internet repercuti instantaneamente. Em 2014, a história do “Zumbi do Ebola”, disseminado por um jornal online da Libéria foi o boato mais comentado do ano nas redes sociais - mídias que detém o maior número de circulação de publicações falsas. O rumor foi publicado como verdadeiro em diversos portais de notícias do mundo, assim como, o *hoax*⁴ da exigência do ditador norte-coreano sobre os cortes de cabelo, situações que por momentos desarticularam a credibilidade jornalística da mídia de massas.

De acordo com Kapferer (1993), o boato pode ser considerado a mídia mais antiga do mundo, pois antes mesmo de existir a escrita, o “ouvir dizer” era o único veículo de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA, 2014), email: jornalistapamellaa@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda, email: rogeriomartins37@gmail.com

⁴ “*Hoax*” é o nome dado às histórias falsas, recebidas por e-mail, sites de relacionamento como redes sociais e na internet em geral.

comunicação nas sociedades. Essa antiga mídia é bastante presente na sociedade contemporânea, mesmo após o advento da escrita.

O boato funciona como um “telefone sem fio”, no qual a mensagem inicial no modo primário – sem ser originária nos veículos de massa - passa de boca a boca. Esta sofre alterações no contexto da informação, pois os sujeitos sociais agregam seus sentimentos e interpretações na construção de uma mensagem que é repassada para terceiros, que consecutivamente reinterpretem e repassam para outrem. Nesse sentido,

O boato é uma proposição ligada aos acontecimentos diários, destinada a ser aumentada, transmitida de pessoa a pessoa, habitualmente através da técnica do ouvir-dizer, sem que existam dados concretos capazes de testemunhar exatidão (ALLPORT; POSTMAN, 1946, Apud KAPFERER, 1993, p. 5).

Mas por que tantas pessoas acreditam em boatos, mesmo aqueles rumores de teor absurdo? Sustein (2010, p.8) explica que isso se deve a fatores psicológicos do indivíduo, pois “muitos de nós acreditamos em boatos falsos em virtude de nossos medos ou de nossas esperanças”. Já para Kapferer (1993),

O sucesso de um boato “inacreditável” para alguns não pode ser atribuído a uma cegueira, resultado de um desejo obstinado de se acreditar nele: ele prova que dependendo dos conhecimentos do público, o boato não é inverossímil (KAPFERER, 1993, p. 78).

Os veículos de comunicação – rádio, jornal, televisão e as mídias digitais – possibilitam mais rapidez na propagação de notícias, além de serem fontes creditadas de informações. No entanto, mesmo com o prestígio na divulgação de notícias, aliada a sua credibilidade junto ao público, a imprensa ainda não conseguiu aplacar os boatos. Situação que piorou com a chegada das mídias digitais. Como lembra Ramonet (2012, p. 64), ao discorrer sobre o noticiário *online*, “em razão de sua explosão, de sua multiplicação, de superabundância, a informação encontra-se poluída pelos rumores, pelas deformações e manipulações”. Para Lévy, “é impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo” (LÉVY, 1999, p. 22).

As verdadeiras relações, portanto, não são criadas entre “a” tecnologia (que seria de ordem de causa) e “a” cultura (que sofreria os efeitos), mas sim entre um grande número de atores humanos que inventam, produzem, utilizam e interpretam de diferentes formas as técnicas. (LEVY, 1999, p. 23).

Comunicadores, busca da verdade e o sensacionalismo na imprensa

O propósito tão alardeado pelos jornalistas, segundo o qual eles buscam a “verdade dos fatos” ao retratar as notícias, ajuda a dar credibilidade à profissão, e se aplica à teoria do espelho. Essa teoria vê o jornalista como um narrador isento, sem nenhum interesse ideológico por trás.

Entretanto, “as notícias são o que os jornalistas definem como tais”, (ALTHEIDE, apud WOLF, 2012, p. 196), e não constituem a realidade, mas sim a versão mais próxima do fato, apurado e narrado por um repórter que ao escrever deve ter em vista o veículo em que trabalha, sua vivência profissional e as imposições industriais da seleção de notícias, visto que jornais são empresas que buscam o lucro. Deste modo, os jornalistas acabam desempenhando o papel de *gatekeepers* - em outras palavras, os redatores tornam-se selecionadores dos conteúdos jornalísticos.

Ao executar essa função de selecionar o que pode e o que não pode ser notícia, os jornalistas acabam não seguindo fielmente a teoria do espelho. O *gatekeeping* “é um processo pelo qual as mensagens existentes passam por uma série de decisões, filtros (“*gates*”) até chegarem ao destinatário ou consumidor” (PEREIRA JUNIOR, 2005, p. 78).

Há ainda uma terceira teoria referente à construção da matéria noticiosa, que é conhecida como *newsmaking* (produção da notícia). Esse critério de relevância jornalística procura “descrever o trabalho comunicativo dos emissores como um processo no qual acontece de tudo – rotinas cansativas, distorções intrínsecas e estereótipos funcionais” (*ibid*, p. 78).

Como relata Pereira Junior L. (2010, p. 19) “expor o acontecido significa, antes de mais nada, escolher episódios, aproximar eventos dispersos, privilegiar um incidente em lugar de outro”. E acrescenta Abramo (2003),

A relação entre a imprensa e a realidade é parecida com aquela entre um espelho deformado e um objeto que ele aparentemente reflete: a imagem do espelho tem algo a ver com o objeto, mas só não é o objeto como também não é a sua imagem; é a imagem de outro objeto que não corresponde ao objeto real. (ABRAMO, 2003, p. 24).

Outra abordagem da seleção de notícias tem a ver com a busca pelo sensacionalismo, que é uma forma específica de narrar os fatos jornalísticos de forma exagerada, apelando no texto para as sensações do leitor. Essa abordagem voltada para o

inusitado dos fatos, em que situações de caráter humano são apresentadas de forma a criar impacto junto ao leitor também pode implicar na geração de rumores.

A crise da credibilidade das mídias tem também outras causas. O jornalismo de especulação, de divertimento e de espetáculo triunfa em detrimento da exigência de qualidade. A encenação da informação sobrepõe-se à verificação dos fatos. (RAMONET, 2012, p. 54).

Todavia, a construção da notícia sensacionalista, como aludiu Gabler (1999, p. 82), precisa ser embasada de emoção, suspense e provocação, a fim de satisfazer uma audiência cujas expectativas vinham sendo constante e sistematicamente elevadas. Um dado importante, aqui, é que [com a explosão da imprensa popular] os jornais mais caros eram vendidos sobretudo por assinatura, ao passo que os da *penny press*⁵ eram vendidos nas ruas, o que significa que o conteúdo tinha de ser interessante o bastante para levar alguém a comprá-los. (GABLER, 1999, p. 63).

Partindo desse pressuposto, compreende-se a predisposição da mídia sensacionalista em publicar rumores que circundam a sociedade. O pesquisador Pereira Junior (2010), ressalta que na medida em que o boato não é desmentido, a notícia circula como provável. O autor acrescenta ainda que “até quando desmentida, algo sempre parece permanecer – o conceito de verdade continuará agregado, mesmo se a informação for inteiramente falsa” (PEREIRA JUNIOR L., 2010, p. 71), salientando que todo cuidado deve ser, portanto, dobrado.

A partir destas constatações partiremos a seguir com a história de um boato, ou “hoax” (porque começado na internet), que conseguiu enganar um grande número de veículos de comunicação ao redor do mundo. Uma história que certamente muitos considerariam plausível, justamente por estar ligado a um dos países mais “fechados” do mundo: a Coreia do Norte.

O boato do corte de cabelo na Coreia do Norte

Você certamente não lembra o que estava fazendo no dia 26 de março de 2014, com exceção das pessoas que tinham motivos para se recordar. Entretanto, a data foi marcada por uma notícia que repercutiu em jornais do mundo inteiro: seria a nova ordem do ditador

⁵“Penny press”, também chamada de imprensa barata no Brasil, é um termo que se refere ao baixo preço de um jornal popular no século XIX, que custava um “penny” (ou poucos centavos de dólar)

norte-coreano, Kim Jong - Un, que teria determinado que os universitários do país devessem aderir ao corte de cabelo idêntico ao dele, como forma de controlar o cidadão e afastá-lo dos “perigos do capitalismo”. A partir de então, a notícia foi veiculada em vários veículos de comunicação como sendo verdadeira. No dia seguinte, constatou-se que era apenas um boato, e jornais que publicaram essa informação tiveram que se redimir com seus leitores.

Veremos a seguir como ocorreu a dinâmica do boato e a repercussão dele na mídia internacional e na nacional. Ao fim, será analisada a problemática do *hoax* no campo jornalístico.

A conduta da Coreia do Norte

A Coreia do Norte é o país comunista mais reservado do mundo. Trata-se de um país que não conhece a liberdade de imprensa, se mantém hermético a qualquer influência externa e por vezes ameaça o mundo com armas nucleares⁶.

Em 2013, foi publicada na Coreia uma tabela inusitada. Ela continha sugestões de cortes de cabelo para homens e mulheres norte-coreanos: dizia que mulheres tinham 18 sugestões de modelo de cortes, enquanto homens teriam 10 opções. A revista americana *Time* repercutiu a notícia, sob o título “These Are North Korea’s 28 State-Approved Hairstyles”⁷ que em português pode ser entendido como “Estes são os 28 penteados aprovados pela Coreia do Norte”. Ou seja, antes mesmo da disseminação do boato, o mundo já sabia da preocupação do ditador em relação à aparência da população.

O jornal *O Dia*, no dia 26 de março de 2014, sob o título “Estudantes da Coreia do Norte deverão ter o mesmo corte de cabelo de Kim Jong-Un” citando um outro periódico, relatou que:

De acordo com o portal *Want China Time*, o governo norte-coreano estabeleceu no ano passado 28 cortes de cabelo que seus cidadãos poderiam adotar, justificando que os cortes "afastavam os cidadãos dos perigos corruptores do capitalismo". Os estilos de corte também variavam de acordo com a idade e status de relacionamento da pessoa. Nenhum dos cortes recomendados ultrapassa o ombro (para as mulheres) e as orelhas (para os homens). As mulheres solteiras devem optar por cortes mais simples e retos, para que seja fácil diferenciá-las das casadas. (O DIA. 2014).

⁶ Documentário “Coreia do Norte, por trás da cortina do medo”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QI6DKtJ60nA>. Acesso em: 2 nov.2014.

⁷ A revista publicou a nota no dia 25 de fevereiro de 2013.

A tabela norte-coreana não era apenas relacionada aos cortes de cabelo. Ela também interferia nas roupas e acessórios que a população utilizava diariamente, como mostra este trecho de uma entrevista da Agência Associated Press com um desertor norte-coreano:

Choe Cheong-há, um desertor que deixou a Coreia do Norte em 2004, disse que os membros de uma organização juvenil do governo rotineiramente verificam se há pessoas que não estão vestidas de forma adequada. Ele disse que eles procuram saber se as pessoas estão usando os alfinetes de lapela obrigatórios, com as imagens dos ex-líderes Kim Il Sung e Kim Jong Il, ou usam violações, como calça jeans, roupas com palavras em inglês ou vestidos acima do joelho (Associated Press, 27/03/2014, Tradução da autora).

Podemos então verificar que o boato divulgado no dia 26 de março era plausível, devido às circunstâncias sociais e políticas daquele país.

A trajetória do boato

O líder da nação norte-coreana, Kim Jong-Un, teve sua foto reproduzida em vários jornais no dia 26 de março de 2014, sobre a polêmica imposição ditatorial envolvendo seu corte de cabelo. A notícia repercutida foi que esse corte deveria ser adotado por todos os homens norte-coreanos, a começar pelos universitários.

A rádio *online* Free Asia, que é um veículo de comunicação independente financiada pelo governo norte-americano para países do Sudeste e Leste Asiático, foi a precursora deste boato. A rádio publicou no dia 26 de março uma matéria intitulada “North Korean College Students Ordered to Adopt Leader Kim's Haircut”⁸. Logo, o rumor repercutiu em vários veículos de comunicação no mundo.

Após a Rádio Free Asia propagar esta notícia, a emissora britânica BBC News, detentora de boa credibilidade jornalística, foi o primeiro veículo de comunicação que publicou a notícia como verdadeira, sob o título “North Korea: Students required to get Kim Jong-un haircut”⁹ e, citou a Free Asia como fonte. Posteriormente, após a publicação da BBC, veículos de notícias do mundo inteiro divulgaram a informação de que o ditador norte-coreano havia imposto o corte de cabelo idêntico ao dele para os homens do país.

⁸ Em português pode ser entendido como, “Estudantes universitários norte-coreanos são obrigados a adotar o corte de cabelo do líder Kim” [tradução da autora]. Disponível em: <http://www.rfa.org/english/news/korea/haircut-03262014163017.html>. Acesso em: 29 out.2014.

⁹ “Coreia do Norte: estudantes são obrigados a usar o mesmo corte de cabelo de Kim Jong-Un”. Disponível em <http://www.bbc.com/news/blogs-news-from-elsewhere-26747649>. Acesso em: 29 out.2014.

Figura 10 - BBC News publica notícia sem apurar



BBC News Sport Weather Earth Future Shop

NEWS NEWS FROM ELSEWHERE

Home UK Africa Asia Australia Europe Latin America Mid-East US & Canada Business Health SciEn

26 March 2014 Last updated at 18:28 GMT

Share Facebook Twitter Print

North Korea: Students required to get Kim Jong-un haircut

By News from Elsewhere...
 ...as found by BBC Monitoring



Male university students in North Korea are now required to get the same haircut as their leader Kim Jong-un, it is reported.

The state-sanctioned guideline was introduced in the capital Pyongyang about two weeks ago, [Radio Free Asia reports](#). It is now being rolled out across the country - although some people have expressed reservations about getting the look.

More News from Elsewhere

Polygamous man 'wants 50 children'

Chinese 'tomh

BBC News. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/blogs-news-from-elsewhere-26747649>>

Entretanto, houve uma minoria de veículos de comunicação que duvidaram da informação. Um deles foi o portal de notícias de Israel - Haaretz - que publicou a notícia a partir de uma indagação: *The hair is human: Was North Korea haircut story fake?*¹⁰. Entretanto, a informação não oficial, baseada em fontes anônimas e levada ao público por uma rádio norte-americana (os EUA são inimigos políticos da Coreia do Norte), foi repercutida na mídia mundial como sendo legítima e disseminada em vários portais de notícias, além de emissoras de TV, no dia 26 de março.

¹⁰ “O cabelo é humano. Seria falsa a história do corte de cabelo norte-coreano?” Disponível em: <<http://www.haaretz.com/news/features/1.582231>>. Acesso em: 31 out.2014.

O boato do dia

Citaremos nesta pesquisa apenas os portais de notícias mais conhecidos, como podemos verificar a seguir, com os títulos dados às reportagens relacionadas ao boato:

1) Portais brasileiros:

- a) Jornal do Brasil (26/03/2014): “Ditador Kim Jong-un impõe corte de cabelo aos norte-coreanos”.
- b) O Globo (26/03/2014): “Governo da Coreia do Norte obriga universitários a adotarem mesmo corte de cabelo de Kim Jong-un”.
- c) O UOL Notícias (26/03/2014) publicou sob o título: “Ditador da Coreia do Norte impõe o próprio corte de cabelo aos homens do país”.
- d) A revista Exame (FREITAS, Eiras, 26/03/2014): “Norte-coreanos deverão usar mesmo penteado de líder”.
- e) O Dia (26/03/2014): “Estudantes da Coreia do Norte deverão ter o mesmo corte de cabelo de Kim Jong-Un”.

2) Internacionais

- a) BBC News (26/03/2014): “North Korea: Students required to get Kim Jong-un haircut”.
- b) O jornal britânico The Guardian (26/03/2014): “Students in North Korea reportedly required to get a Kim Jong-un haircut”.
- c) O também inglês The Mirror (26/03/2014): “North Koreans ordered to get Kim Jong-un haircuts under new state-sanctioned guidelines”.
- d) Radio Free Asia (26/03/2014): “North Korean College Students Ordered to Adopt Leader Kim's Haircut”.

3) Emissoras de TVs brasileiras

- a) Rede Globo - Jornal Nacional (26/03/2014): “Homens são obrigados a usar mesmo corte de cabelo na Coreia do Norte”.
- b) Rede Record - Jornal da Record (26/03/2014) sob o título “Coreia do Norte obriga universitários a adotar corte de cabelo de Kim Jong Un”.

- c) SBT - SBT Brasil (27/03/2014): “Ditador ordena que estudantes usem o mesmo corte de cabelo”
 - d) TV Bandeirantes – Jornal da Band (26/03/2014): “Kim Jong-un impõe corte de cabelo na Coreia”
- 4) Quem duvidou da informação:
- a) O portal israelense Haaretz (26/03/2014): “To hair is human: Was North Korea haircut story fake?”
 - b) Agência Associated Press (TALMADGE, Eric, 27/03/2014): “Mandatory Kim Jong Un haircuts a baldfaced lie?”

No dia seguinte, a Agência Associated Press fez uma reportagem desmentindo a informação. Segundo o portal, “Visitantes recentes do país dizem não ter visto nenhuma evidência de qualquer corte de cabelo em massa”¹¹. Ainda de acordo com a agência, a informação era um “boato imaginativo, mas não corroborado”.¹²

Posto isso, faremos a seguir uma análise teórica sobre o rumor que confundiu o jornalismo. Evidenciaremos as possíveis causas deste boato e a problemática envolvendo o rumor dado como verdadeiro na mídia.

Análise

A análise buscará comprovar a dinâmica do rumor que causou a publicação de um boato falso na mídia mundial, tendo em vista o levantamento de três hipóteses: a) “furo jornalístico”; b) plausibilidade dos fatos que dispensam apuração; e c) sensacionalismo para vender jornal/aumentar a audiência.

a) Furo jornalístico

A pesquisa teve como premissa a hipótese sobre o “furo jornalístico”, com base nos decorrentes casos de rumores publicados na mídia como se fossem verdadeiros. O pressuposto indicava que na ânsia de serem os primeiros veículos de comunicação a

¹¹ Associated Press, 27/03/2014

¹² Tradução da autora.

divulgarem a informação, a mídia publicava as informações sem apurar previamente e corretamente.

A notícia sobre a imposição de um único corte de cabelo masculino na Coreia do Norte, como constatado, era falsa. Porém, antes do desmentido, repercutiu nos noticiários como verdadeira, e comprova a hipótese de tentativa de furo jornalístico. Um furo, contudo, que resultou em uma “barriga jornalística”¹³.

A obsessão pelo imediatismo “conduz as mídias a multiplicarem os erros, a confundir frequentemente os rumores e fatos verificados” (RAMONET, 2012, p.55). Por que o furo jornalístico é tão importante para a mídia, principalmente nos dias atuais? É considerável, pois, “o conteúdo jornalístico é um grande chamariz na rede mundial” (PINHO, 2003, p. 124), de acordo com o autor, a internet é um meio de propagação instantânea de informações; deste modo, não se pensa em deixar para publicar a notícia no dia seguinte, pois a informação precisa ser atualizada em tempo real.

Posto isso, a internet acaba sendo um meio propício para a propagação de boatos. Como assinala Kapferer, “o boato exprime um fenômeno definido por sua fonte (não-oficial), seu processo (difusão em cadeia) e seu conteúdo (é uma notícia, ele se refere a um fato da atualidade)” (KAPFERER, 1993, p. 19), e foi exatamente isso que aconteceu: o rumor da imposição do ditador ocorreu a partir de uma reportagem da rádio Free Asia que não mencionava fontes oficiais, difundindo-se no ciberespaço rapidamente, pois era uma informação atual.

A apuração correta, que deveria ser levada em consideração, não foi feita. Para evitar o constrangimento, “apresentar dossiês, documentos como provas, fazer reconstituições ou mesmo pesquisas históricas seriam alguns desses métodos” (BECKER, 2008, p. 83). Posto isso, iremos analisar a seguir a questão da plausibilidade, que é outra hipótese que resultou o boato.

b) Plausibilidade

Como já mencionado neste artigo, a Coreia do Norte é um país que, por razões políticas e ideológicas, dificulta o acesso à informação. A imprensa independente não existe no país, apenas a oficial. As ordens e exigências do ditador sobre a população fazem com que quaisquer notícias, mesmo parecendo absurdas, advindas da Coreia do Norte, possam ser consideradas plausíveis. Posto que “se uma situação é plausível e as pessoas lhe

¹³ No jargão jornalístico, “barriga” é o nome dado pelos jornalistas à notícia falsa.

atribuem importância, estão dadas as condições para o nascimento e circulação dos rumores” (FONSECA, 1996, p. 70). Diante desse histórico, podemos admitir a plausibilidade do contexto como elemento determinante a desencadear a falsa notícia que confundiu a mídia.

Sendo assim, a pressa, a falta de apuração e informação padronizada são algumas das características que levaram a publicação de uma informação irreal. Iremos analisar no seguinte tópico como o sensacionalismo também colaborou para a publicação da notícia falsa em diferentes mídias.

c) Sensacionalismo vende jornal

Ao analisar o caso, no dia 27 de março, o jornalista Luis Nassif, apontou sua indignação em relação à falta de apuração dos jornais e, criticou o Jornal Nacional, da TV Globo, que também foi um dos veículos de comunicação que transmitiram a notícia como se fosse verdadeira.

Receita prática e rápida de jornalismo barato: pegue uma notícia esdrúxula numa agência de notícias qualquer, adicione uma dose generosa de pimenta sensacionalista, bata tudo no liquidificador e sirva, sem filtrar, para que os desavisados saiam por aí papagaiando para ajudar a mídia a vender mais notícia barata. A última foi o que a mídia nacional noticiou, ou, ecoou: “homens são obrigados a usar o mesmo corte de cabelo na Coreia do Norte”. Quando vi tal notícia no telejornal mais visto do Brasil, eu, escaldado pela gloriosa velha mídia, comentei com quem assistia comigo: quer apostar que essa notícia é falsa? Fui à internet e não deu outra: não há confirmação alguma sobre a veracidade da notícia, que partiu da BBC (NASSIF, 2014).

Sensacionalismo vende jornal. Essa afirmativa já foi confirmada por vários autores que diziam que “a fórmula sexo, sangue e violência, é um ingrediente que pode atrair a atenção e a curiosidade dos leitores e transformá-los em consumidores potenciais” (MARSHALL, 2003, p. 75); ainda, “o fundamental, na república do entretenimento, é que os ‘fatos’ sejam provocativos o suficiente para fornecer um show sensacional” (GABLER, 1999, p. 128). Deste modo, a notícia de que todos os homens do país deveriam ser obrigados a ter o mesmo corte de cabelo, por exemplo, seria algo inusitado que desperta curiosidade e possivelmente geraria lucros para as empresas jornalísticas. Posto esses

argumentos, pode-se argumentar que o caso foi propagado também devido ao seu teor sensacionalista¹⁴.

O jornalista contemporâneo é aquele que, submetido a “mentalidade-índice-de-audiência”, curva-se sem culpa diante dos desejos e das vontades do patrão, do leitor, da sociedade, do mercado e do capitalismo. Em último lugar vem a informação. (BOURDIEU, *apud*, MARSHALL, 2003, p. 33).

Após a análise dessas três hipóteses (furo jornalístico, plausibilidade e sensacionalismo), podemos perceber que os boatos continuam repercutindo nos dias atuais, agora com o auxílio da internet, que facilita e potencializa a disseminação de rumores.

Considerações Finais

Ao analisarmos o caso do boato virtual sobre o corte de cabelo do ditador norte coreano, que confundiu a mídia e foi publicado como verdadeiro em diversos veículos de comunicação, podemos verificar que esta situação é decorrente de uma crise da credibilidade jornalística, motivada pela pressa e precariedade de apuração dos jornalistas contemporâneos.

Vivemos na era da informação e das convergências tecnológicas e na tentativa de “furo jornalístico”, que ocorre muitas vezes sem uma investigação aprofundada, o repórter acaba disseminando uma informação inverídica. Outros fatores que potencializam os rumores são o sensacionalismo e a plausibilidade. Visto que, enquanto o primeiro desperta a curiosidade do público, intensificando rumores, a plausibilidade apresenta características que fundamentam a sua suposta autenticidade e torna aquela história verossímil, dispensando a devida apuração e surgindo, deste modo, equívocos.

Por fim, acreditamos que é melhor transmitir informações devidamente apuradas, mesmo que cheguem atrasadas ao público; posto que, diante da concorrência, o veículo de comunicação que conseguir manter a credibilidade não perderá seu público, que também anseia por notícias verdadeiras.

¹⁴ Vale acrescentar uma informação adicional, sobre notícia publicada no jornal O Globo, no dia 19 de outubro de 2014, intitulada “Facebook cria aviso prévio de piada na internet”, a qual dizia que para evitar a confusão de postagens de conteúdos satíricas que poderiam ocasionar boatos e confundir usuários, a rede social publicaria avisos quando se tratasse destes casos. Essa iniciativa está entrando em vigor em 2014, ainda em caráter experimental, e é, segundo o Facebook, uma das maneiras para minimizar notícias falsas.

Numa era em que milhões de indivíduos produzem e lançam na internet conteúdos que podem conter *hoaxes*, é cada vez mais importante a experiência profissional do jornalista em saber separar o boato da verdadeira notícia.

Referências

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 1. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

BURROWS, BEN. **North Koreans ordered to get Kim Jong-un haircuts under new state-sanctioned guidelines**. The Mirror. Londres. Inglaterra. 2014. Disponível em: <<http://www.mirror.co.uk/news/weird-news/north-koreans-ordered-kim-jong-un-3286931>> Acesso em 31 out. 2014.

FONSECA, Homero. **Viagem ao planeta dos boatos**. Rio de Janeiro: Record, 1996.

FREITAS, Frias. **Norte-coreanos deverão usar mesmo penteado de líder**. Exame. São Paulo. Brasil. 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/mundo/noticias/norte-coreanos-deverao-usar-mesmo-penteado-do-lider>>. Acesso em 31 out. 2014.

GABLER, Neal. **Vida: o filme**. Tradução de Beth Vieira. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

Haaretz (Site). **To hair is human: Was North Korea haircut story fake?** Haaretz. 'Israel. 2014. Disponível em: <<http://www.haaretz.com/news/features/1.582231>>. Acesso em 30 out. 2014

Jornal da Record (Site). **Coreia do Norte obriga universitários a adotar corte de cabelo de Kim Jong Un**. Portal R7: São Paulo. Brasil. 2014. Disponível em: <<http://videos.r7.com/governo-da-coreia-do-norte-obriga-universitario-a-adotar-corte-de-cabelo-de-kim-jong-un/idmedia/53338b040cf2e8e708ce4eb6.html>>. Acesso em 31 out. 2014.

Jornal do Brasil (Site) **Ditador Kim Jong-Un impõe corte de cabelo aos norte-coreanos**. Rio de Janeiro: outubro de 2014. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/internacional/noticias/2014/03/26/ditador-kim-jong-un-impoe-corte-de-cabelo-aos-norte-coreanos/>>. Acesso em: 31 out.2014

Jornal O Dia (Site). **Estudantes da Coreia do Norte deverão ter o mesmo corte de cabelo de Kim Jong-Un**. Rio de Janeiro: outubro de 2014. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/noticia/mundoeciencia/2014-03-26/estudantes-da-coreia-do-norte-deverao-ter-o-mesmo-corte-de-cabelo-de-kim-jong-un.html>>. Acesso em 29 out. 2014.

Jornal O Globo (Site). **Governo da Coreia do Norte obriga universitários a adotarem mesmo corte de cabelo de Kim Jong-Un**. Rio de Janeiro. Brasil. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/governo-da-coreia-do-norte-obriga-universitarios-adotarem-mesmo-corte-de-cabelo-de-kim-jong-un-11995625>>. Acesso em 31 out. 2014.

Jornal Nacional (Rede Globo). **Homens são obrigados a usar mesmo corte de cabelo na Coreia do Norte**. Portal de Notícias da Globo. Rio de Janeiro. Brasil. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/03/homens-sao-obrigados-usar-mesmo-corte-de-cabelo-na-coreia-do-norte.html>> Acesso em: 31 out. 2014.

Jornal The Guardian (site). **Students in North Korea reportedly required to get a Kim Jong-un haircut.** Londres. Inglaterra. 2014. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/education/abby-and-libby-blog/2014/mar/27/are-students-north-korea-required-kim-jong-un-haircut>>

KAPFERER, Jean Noël . **Boatos: a mais antiga mídia do mundo. Tradução de Ivone da Silva Ramos Maya.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

KIM, Joo. **North Korean College Students Ordered to Adopt Leader Kim's Haircut.** Radio Free Asia. Washington. Estados Unidos da América. 2014. Disponível em: <<http://www.rfa.org/english/news/korea/haircut-03262014163017.html>>. Acesso em: 29 out.2014.

LEVY, Pierre. **Cibercultura.** Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

North Korea: **Students required to get Kim Jong-un haircut.** BBC News. Londres. Inglaterra. 2014. Disponível em <<http://www.bbc.com/news/blogs-news-from-elsewhere-26747649>> Acesso em: 29 out. 2014.

PEREIRA JUNIOR, L. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa.** 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa das mídias.**Tradução de Douglas Estevam. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SBT Brasil. **Ditador ordena que estudantes usem o mesmo corte de cabelo.** São Paulo: outubro de 2014. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/jornalismo/noticias/40410/Ditador-ordena-que-estudantes-usem-o-mesmo-corte-de-cabelo.html#.VF0mgDTF9e8>>. Acesso em 31 out. 2014.

SUSTEIN, Cass. **A verdade sobre os boatos: Como se espalham e por que acreditamos neles.** Tradução Márcio Hack. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010

TALMADGE, Eric. **Mandatory Kim Jong Un haircuts a baldfaced lie?** Associated Press. Nova York. Estados Unidos da América. 2014. Disponível em: <<http://bigstory.ap.org/article/mandatory-kim-jong-un-haircuts-baldfaced-lie>> Acesso em 30 out. 2014.

TV Bandeirantes. **Kim Jong-un impõe corte de cabelo na Coreia.** São Paulo, outubro de 2014. Disponível: <<http://noticias.band.uol.com.br/mundo/noticia/?id=100000672455>>. Acesso em 31 out. 2014.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** Tradução de Karina Jannini.6. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.