

## **Propagação de *fake news*: das notícias falsas veiculadas no fictício Clarim Diário à crise na credibilidade do jornalismo da vida real<sup>1</sup>**

Ingrid Cutrim Garcia LEITE<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo analisar a veiculação de notícias falsas no fictício Clarim Diário, presente nas Histórias em Quadrinhos (HQ's) do Homem-Aranha, em comparação com a disseminação de *fake news* na vida real, no âmbito da internet, investigando de que forma essa prática contribui com a crise na credibilidade do jornalismo. No Clarim Diário há uma manipulação dos fatos em relação ao Homem-Aranha, encobrendo os atos heroicos do mascarado e invertendo a realidade, o que culmina com a imagem do Homem-Aranha vilão, baseado nas notícias falsas divulgadas pelo Clarim Diário. Algo semelhante se observa no jornalismo da vida real, em sites e redes sociais de notícias, em que a proliferação de *fake news* é algo presente, prejudicando indivíduos e organizações, além de comprometer a credibilidade jornalística.

**PALAVRAS-CHAVE:** Clarim Diário; Homem-Aranha; *fake news*; jornalismo; credibilidade.

### **INTRODUÇÃO**

A partir do avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) foi possível criar a internet, uma das grandes invenções da humanidade, como uma ferramenta que facilita a comunicação entre as pessoas em escala mundial. Na chamada era da internet, são muitas as possibilidades de interação entre indivíduos e grupos, além de haver, como nunca antes, uma rápida e abundante disseminação de conteúdo. Em meio as informações que circulam na internet, estão as de cunho jornalístico, as quais são consumidas como conteúdo credível. Porém, nos últimos anos, após a expansão da comunicação em redes, um fenômeno tem se destacado na internet, a disseminação de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ 1 - Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

<sup>2</sup> A autora é graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: [ingridcutrim@gmail.com](mailto:ingridcutrim@gmail.com).

---

notícias falsas, as chamadas *fake news*, as quais, travestidas de jornalísticas, têm propagado diversos conteúdos manipulados, que prejudicam indivíduos e organizações.

A criação de uma notícia falsa pode começar, em alguns casos, de maneira inocente, porém o risco de repercutir em graves problemas de caráter social é iminente. Pois, quando as notícias falsas são utilizadas para denegrir a imagem de um indivíduo ou um grupo social, o dano às vítimas pode ser grave. Essa prática tem crescido de forma alarmante em várias partes do mundo. No Brasil, um dos campos em que a propagação de notícias inverídicas é mais presente, principalmente em épocas de campanha, é na política. Há também a presença desse conteúdo falacioso em relação a artistas, empresas, entre outros. E com a extensa proliferação de conteúdo de cunho jornalístico no ambiente virtual, há um desafio em identificar o que é real e o que é falso nas informações divulgadas.

Diante desse contexto, este trabalho analisa a veiculação de notícias falsas no fictício Clarim Diário, presente nas Histórias em Quadrinhos (HQ's) do Homem-Aranha, em comparação com a disseminação de *fake news* na vida real, no âmbito da internet, investigando de que forma essa prática contribui com a crise na credibilidade do jornalismo. O trabalho aponta como a realidade do jornalismo é representada no mundo fictício das HQs, as quais apresentam várias reflexões sobre o mundo real.

## **1. A problemática das *fake news***

Desde a origem da imprensa com o alemão Johannes Gutenberg, no século XV, a prática jornalística começou a se ampliar com a criação de jornais impressos, os quais foram se popularizando ao longo dos anos. A partir dessa invenção, a disseminação de informações foi sendo cada vez mais abrangente, permitindo que os leitores tivessem acesso ao conhecimento da vida social, política, cultural, entre outros conteúdos. A invenção do rádio e da televisão deram mais acesso ainda aos conteúdos noticiosos, devido à tecnologia que permite o longo alcance das ondas radiofônicas e dos sinais de TV. Porém, a partir do surgimento da internet, a proliferação de conteúdos cresceu de forma exorbitante, além do grande acesso de usuários, que cresce dia após dia (LIMA, 2009).

Essa nova plataforma tem reconfigurado as relações dos indivíduos com a informação, pois há uma significativa mudança na construção e transmissão de conteúdo. Esse fenômeno é explicado por Marshall McLuhan (2007), o qual apresenta um

importante estudo sobre a influência dos meios de comunicação na transmissão da mensagem. Segundo o autor, cada tecnologia possui uma capacidade de interferir na produção e transmissão de conteúdo, produzindo efeitos sobre a recepção dessas informações.

É perceptível que a forma de criar e enviar mensagens mudou com a internet, pois essa plataforma, diferente do impresso, do rádio e da televisão, não possui apenas um modo de exibir conteúdo. No campo virtual, há uma convergência de mídias, onde o receptor pode acessar as informações em áudio, vídeo, texto e imagens, de forma rápida e no tempo em que lhe é propício, já que não há uma grade de programação, com horário específico para acessar determinado conteúdo. Além dessas questões, observa-se que nas mídias tradicionais há produtores de conteúdo específicos, pessoas designadas para esse fim, enquanto que na internet essa relação muda, pois qualquer usuário pode criar seu conteúdo e divulgar nas redes.

A internet foi, sem dúvida, uma das grandes invenções do homem, pois facilitou a comunicação entre as pessoas. Foi a partir do avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) que o processo de globalização se devolveu e tornou o mundo um espaço menor. Com o avanço das TIC, a convergência de mídias tem sido amplamente desenvolvida e, conseqüentemente, tem-se expandido a produção e disseminação de conteúdos no ambiente virtual (SANTOS; ROCHA, 2004). As informações propagadas são dos mais diversos assuntos e, nesse contexto, a produção jornalística ganha força, pois há uma expansão na divulgação de notícias. Porém, o jornalismo tem enfrentado uma crise no que se refere à premissa maior da prática noticiosa, a credibilidade.

Apesar da internet se configurar como algo positivo, o mau uso dessa ferramenta tem causado diversos problemas de ordem social, entre eles, a criação de notícias falsas, as *fake news*. Esses conteúdos perpassam as diversas plataformas da internet e abrangem uma infinidade de pessoas, com divulgação de informações falsas sobre uma infinidade de assuntos. Dados divulgados pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), em 2018, apontam que as notícias falsas se espalham 70% mais rapidamente do que as notícias verdadeiras, alcançando um número muito maior de pessoas (OLIVETO, 2018). Como explica Silva (2018, p. 10), “o impacto das notícias falsas é amplamente potencializado pela possibilidade de distribuí-las instantaneamente na rede e pela possibilidade de direcionar essas notícias para interlocutores individualizados”.

---

A disseminação de notícias falsas nas plataformas jornalísticas não é um fenômeno novo, pois é possível identificar esse tipo de conteúdo nos jornais impressos a partir do século XIX, como aponta Marshall (2003), o qual descreve, de forma clara, as características da chamada imprensa marrom, a qual pode ser considerada a precursora das *fake news*.

A imprensa marrom inaugurou a era dos escândalos, do denunciismo gratuito, do jornalismo mexeriqueiro, das sessões de fofocas, das notícias dos bastidores da sociedade, para artificialmente produzir-se um ambiente de espetacularização. Estão associadas a esta etapa as reportagens de caráter especulativo e espetacular sobre o mundo da política, dos artistas, das personalidades públicas. Este tipo de imprensa é, sobretudo, aquele que manipula arbitrariamente os fatos, imaginando, inferindo, especulando, inventando, elucubrando, para deles extrair e artificializar o máximo de sensacionalismo (MARSHALL, 2003, p. 1).

A imprensa marrom tinha em seu cerne o uso do sensacionalismo, um elemento caracterizado por Pedroso (1983) como algo que enfatiza: o exagero; a valorização da emoção em lugar da informação; a exploração do extraordinário e do vulgar, de forma espetacular e desproporcional; a presença de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos; a divulgação de notícia sem contextualização política, econômica, social e cultural; entre outros aspectos que abrangem uma grande quantidade de pessoas e causam impactos na visão que o consumidor desse conteúdo tem sobre o contexto social.

Na obra de Danilo Angrimani Sobrinho, *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa* (1995), há referência à esse tipo de conteúdo, apontando que sua origem vem dos jornais populares europeus do século XIX, os quais visavam a venda em massa de seus periódicos, por isso, valorizavam as informações distorcidas e com chamadas exageradas para atrair o público.

No século XIX, faziam muito sucesso na França os ‘canards’, jornais populares de apenas uma página, impressos na parte frontal e que comportavam título, ilustração e texto. Os ‘canards’ mais procurados, segundo Seguin, eram os que relatavam *fait divers* criminais: crianças martirizadas ou violadas, parricídios, cadáveres cortados em pedaços, queimados, enterrados. Assim como eclipses, cometas, grandes catástrofes, tremores de terra, inundações, desastres de trem, naufrágios. Os vendedores de ‘canards’ saíam às ruas aos gritos, chamando a atenção do público para suas manchetes e irritando os mais sensíveis (ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p. 19-20).

---

Vale inferir que esse tipo de jornal, com publicações sensacionalistas, perpassou o século XIX e se faz presente, no contexto atual, tanto nos impressos, quanto na televisão e, principalmente, na internet. Essa prática compromete a ética jornalística, pois lança sobre o consumidor um conteúdo pautado no inverídico e controverso, com o objetivo de vender e não de informar. Como aponta Filho (2002), a presença da ética no jornalismo tem como finalidade reduzir (mas não extinguir) a interferência opinativa, de forma a tornar a produção noticiosa mais informativa possível. No entanto, o jornalismo diário se preocupa cada vez menos com a ética e os interesses pertinentes à população e passa a se preocupar cada vez mais com a notícia enquanto mercadoria.

Para vender mais notícias, o conteúdo acaba sendo manipulado, com textos e imagens grosseiras, que chamam a atenção. Segundo Coelho e Castro (2006), o sensacionalismo é uma arma degradante e perigosa para a manutenção da ética jornalística, pois, esse tipo artifício para “conquistar o público” acaba se tornando perigoso, uma vez que a preocupação deveria ser apenas com a reportagem dos fatos através da narrativa jornalística.

Apesar de nem todo conteúdo sensacionalista ser falso, pois, há casos em que os títulos e imagens chamam a atenção, mas não oferecem uma informação inverídica, os produtores de notícias falsas fazem uso do sensacionalismo para facilitar a disseminação desse conteúdo. Desse modo, pode-se inferir que, nem toda notícia sensacionalista é falsa, mas toda notícia falsa é sensacionalista (LIRA, 2018).

Como se pôde observar, apesar de ser algo presente no jornalismo desde o século XIX, nunca as notícias falsas se tornaram tão impactantes no fazer noticioso como na era da internet, em que a gama de informações falsas divulgadas é crescente. Esses conteúdos são disseminados em blogs, sites e, principalmente, em páginas de redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram, além de aplicativos de mensagens como o WhatsApp (SOUSA *et al.* 2018). Segundo Brito (2017), há cinco motivos para a disseminação de notícias falsas, a primeira e principal delas é enganar o leitor. Outra menos intencional, é quando o produtor do conteúdo toma, acidentalmente, partido de algo e acaba produzindo um conteúdo de cunho falso. O terceiro motivo é quando a divulgação de um conteúdo errôneo é em detrimento de algum interesse, cujo objetivo é escondido do público. Há, também, a propagação acidental de conteúdos falsos e, por fim, aqueles que são intencionais no sentido de fazerem piada de algum fato.

---

Um dos campos mais fortes de atuação das *fake news* é no âmbito político, no qual tem-se observado nos últimos anos, o crescimento da disseminação de notícias falsas com o intuito de denegrir e prejudicar a imagem de um adversário político. A pesquisa realizada por pesquisadores do Massachusetts Institute of Technology (MIT), acerca desse tema, aponta que as *fake news* ligadas à política têm a disseminação três vezes mais rápida que de outros assuntos. E a propagação das informações falsas é feita, em sua maioria, por pessoas e não por robôs programados para esse fim (OLIVETO, 2018).

Ao analisar a quantidade de candidatos que têm sido alvos de ataques na internet, além da disseminação de informações equivocadas sobre o próprio pleito eleitoral, por meio da propagação de notícias maliciosas, é possível afirmar que esse problema está se tornando endêmico (GONÇALVES, 2018). O cenário político configura-se como um entre tantos outros ambientes em que são utilizadas as *fake news*, o que se torna algo cada vez mais problemático no campo da comunicação.

As diversas motivações que circundam a propagação de notícias falsas são elementos que devem ser analisados profundamente, para que se crie mecanismos de minimização dos impactos dessa prática no jornalismo. Pois, a problemática em torno das *fake news*, como aponta Gallo (2017), é o limite entre o que é verdadeiro e o que é falso. Para os consumidores de notícias não há, muitas vezes, uma clareza do que que é *fake* e do que é real. Desse modo, muitos conteúdos falsos são entendidos como verdadeiros e acabam causando uma série de danos no contexto social, seja na imagem de um indivíduo ou de uma instituição.

O fato é que as notícias falsas provocam um efeito negativo, pois mobilizam a opinião pública em relação a determinado fato. Pois, como apontam Berger e Luckmann (1991), as notícias são as principais atuantes no processo de construção social da realidade. Para eles, o organismo humano trabalha por meio de uma institucionalização da vida cotidiana e é através desta institucionalização que surge o jornalismo, como forma de transmissão de conhecimento.

Na primeira das sete teses sobre Mídia e Política no Brasil, de Venício de Lima (2009), o autor aponta que “a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas permeando diferentes processos e esferas da atividade humana” (LIMA, 2009, p. 19). Diante dessa colocação, destaca-se o poder que a mídia tem na construção do conhecimento social, sendo um elemento importante na tomada de decisões dos indivíduos e dos grupos sociais. Desse modo, infere-se que o jornalismo tem um papel

---

fundamental na organização da vida cotidiana. É a comunicação jornalística que define o que é atual e importante, de acordo com seu ponto de vista sobre a realidade, além de servir como ponte entre a população e meios institucionais, sugerindo soluções de problemas, fazendo denúncias e atuando, também, como agente modificador da realidade.

A partir desses apontamentos, vale inferir que propagar notícias falsas pode comprometer o tecido social, já que as *fake news* se proliferam travestida de conteúdo jornalístico de cunho verídico, por isso, o consumo dessas informações podem gerar uma série de problemas em relação ao modo como a opinião pública vai se mobilizar diante do fato publicado.

## 2. As HQ's do Homem-Aranha

Diante desse contexto, analisar a presença das *fake news* no âmbito jornalístico é importante, para se ter dimensão de como é produzido, disseminado e consumido esse tipo de conteúdo. A partir de levantamentos feitos por Marshall (2003), nota-se que as *fake news* não configuram-se como um fenômeno recente. Desde a origem do jornalismo impresso há relatos de informações inverídicas que eram publicadas em periódicos para manipular a opinião pública sobre determinado fato ou, simplesmente, denegrir a imagem de um indivíduo ou de uma organização.

Um exemplo da utilização desse tipo de conteúdo é encontrado em um ambiente de pesquisa pouco convencional, as revistas em quadrinhos, mais especificamente as do Homem-Aranha. Essas HQ's começaram a ser divulgadas no início da década de 60, época em que a internet ainda não havia sido criada, e retratam um cenário de produção jornalística, muitas vezes similar ao que se observa no mundo real.

A primeira história em que o Homem-Aranha apareceu foi publicada em 1962, na décima quinta edição de uma revista em quadrinhos chamada *Amazing Fantasy* (Fantasia Incrível). O personagem criado por Stan Lee começou a ganhar forma e, como todo herói precisa de uma boa e triste história de origem, Peter Parker também não poderia ficar sem. Após ganhar seus poderes, o herói passa por algumas perdas, que o fazem refletir sobre o real motivo de seus poderes e o leva a ser um “vigilante” e combatente do crime na cidade de Nova York (LEITE, 2018).

Para ajudar em casa com as finanças, Peter decidiu começar a fazer alguns “bicos”. O principal deles foi seu trabalho como fotógrafo *freelancer* no jornal impresso Clarim Diário, comandado e editorado por J. Jonah Jameson. O trabalho de Peter no jornal é

basicamente tirar fotos de si mesmo vestido de Homem-Aranha e vender para Jonah, que sempre publica notícias relacionadas ao herói. Embora empregue Peter Parker como fotógrafo, J. Jonah Jameson se torna um dos maiores antagonistas do Homem-Aranha nos quadrinhos. Autoritário, o dono e editor do Clarim dedica sua vida a condenar publicamente a figura do Homem-Aranha como uma ameaça à cidade de Nova York, usando sua influência para fazer a população temer o herói, a qual, por conta das manchetes do Clarim, chegou muitas vezes a desconfiar das reais intenções do “vigilante” (LEITE, 2018).

O reflexo da manipulação das manchetes do Clarim Diário no imaginário popular fica evidente na Figura 1, quando Peter Parker vê que os leitores concordam com o que foi escrito no jornal e passam a considerar o Homem-Aranha uma ameaça para Nova York.



Figura 1 - A Teia do Aranha 125:49.

Neste cenário, é perceptível a falta de trato com a notícia e má apuração do acontecimento, feito de forma intencional pelo editor do jornal, uma vez que não foram ouvidas ambas as partes envolvidas e só uma realidade foi exposta aos leitores. A notícia falsa coloca o Homem-Aranha em uma posição de vilão, contrária ao que ele de fato realizou.

Para Alsina (2009), o recorte de certa parte da realidade e a maior visibilidade de uma em detrimento da outra também é algo comum no discurso jornalístico. A interpretação dos fenômenos sociais é, além disso, algo “disfarçado”, como parte de uma



estratégia discursiva, para que o leitor não perceba o direcionamento da informação e tome aquilo que está sendo dito como verdade.

Em diversos pontos ao longo da narrativa dos quadrinhos, o Homem-Aranha é vítima de *fake news*. Embora protegido por uma máscara, o herói é uma figura pública conhecida da população (o “amigão da vizinhança”) e vê frequentemente seu nome estampado nas manchetes como vilão. Como é possível observar na Figura 2, no momento em que ele expressa sua indignação com o Clarim Diário, por meio da fala: “Ora essa! Eu fiz todo o serviço e o Jonah escreve a história como se ele fosse o herói... e eu, o vilão”.



Figura 2 - A Teia do Aranha 1:4.

Neste universo, é possível perceber que o Clarim é o principal meio de informação sobre os crimes e atos de heroísmo dentro de uma Nova York fictícia. A maioria das notícias retratadas no jornal é sobre atos envolvendo a personagem do Homem-Aranha, um herói mascarado que luta contra o crime e esconde sua verdadeira identidade. J.J. Jameson é abertamente contra atos de heroísmo exercidos por super-heróis mascarados e sua total parcialidade é expressa em cada manchete do Clarim Diário, criando uma imagem distorcida do herói de Nova York e transformando-o em um criminoso (LEITE, 2018).

Na Figura 3, há mais um exemplo de situação em que o Homem-Aranha é apontado como vilão, quando ele, na verdade, é o mocinho da narrativa. Na manchete “O Clarim exige a prisão do Homem-Aranha”, percebe-se claramente como o jornal analisado trabalha para reconstruir a imagem do herói de uma forma negativa.



Figura 3 – A teia do Aranha 125:49.

Quando isso é mostrado em uma narrativa de uma história em quadrinhos, nota-se que a crítica presente neste tipo de literatura não está muito distante da realidade, quando histórias são construídas sem ter base e compromisso com a verdade, seja por interesses políticos, econômicos, por falta de apuração do jornalista ou de algum indivíduo e/ou organização, que se trasveste de jornalismo, para, deliberadamente construir uma imagem inverídica sobre alguém (OLIVETO, 2018).

As notícias do Clarim fazem novamente o personagem se questionar sobre ser ou não uma ameaça. Desta vez, a crítica veio da própria família de Peter, com a Tia May reproduzindo o discurso jornalístico do Clarim Diário. Veja no trecho a seguir, Figura 4, como a narrativa favorece o pensamento crítico do leitor em relação à mídia.

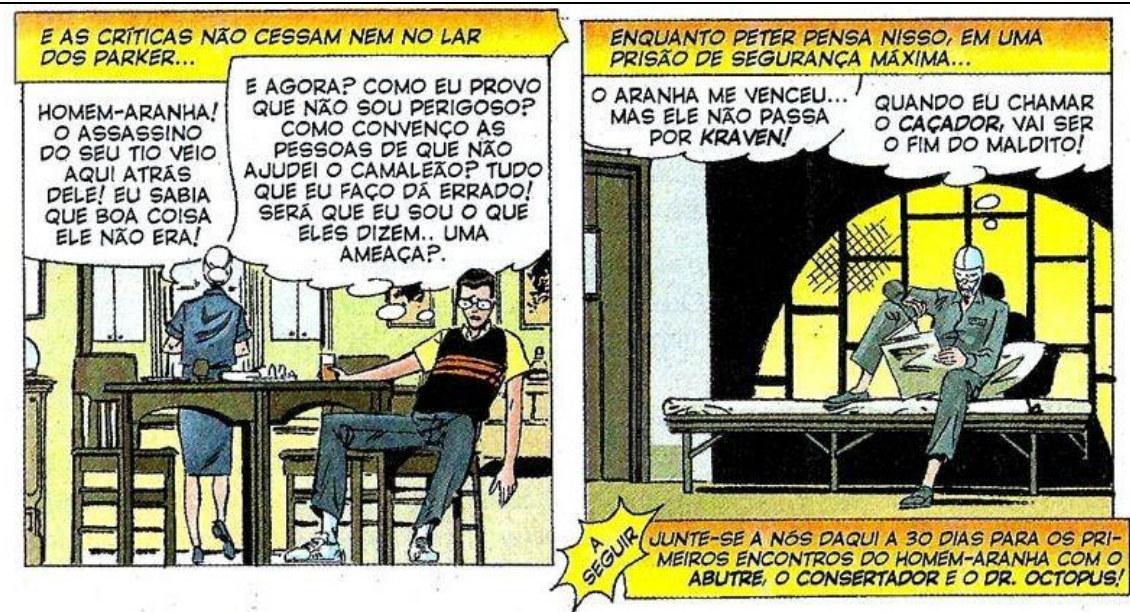


Figura 4 - A Teia do Aranha 125:49.

A partir desse breve contexto sobre o fictício Clarim Diário é possível perceber uma similaridade da ficção com o real. O Clarim se apresenta como uma representação caricata do que é a produção jornalística no dia a dia, mas as estratégias que são utilizadas para criação das notícias no ambiente ficcional se assemelham com as da realidade, a exemplo das manchetes sensacionalistas e pautadas em informações falsas que fazem parte do cotidiano noticioso da vida real.

A maneira como o jornalismo é representado por meio do jornal Clarim Diário pode levar a um pensamento crítico sobre a influência das notícias na vida social. Pois, a atividade jornalística faz parte da construção da realidade (LIMA, 2009). Nos quadrinhos do Homem-Aranha isso pode ser notado por meio da representação de certas atitudes dos leitores do Clarim Diário, quando muitos passam a desconfiar das ações do herói, passando a acreditar que ele possa realmente ser uma ameaça.

No mundo real, há diversos conteúdos falsos que provocam uma série de desconfianças nos consumidores das notícias, fazendo-os construir uma imagem errônea sobre determinado fato (SOUSA *et al.* 2018). Com base nesse contexto fictício, se pode fazer um comparativo com a produção e consumo do conteúdo falacioso propagado pelo Clarim Diário em relação ao Homem-Aranha, com as produções e disseminações das *fake news* na atualidade, impulsionadas com as novas tecnologias de informação. Ao fazer essa análise é possível compreender as influências das notícias

---

falsas na prática jornalística, sendo necessário buscar mecanismos capazes de fortalecer o jornalismo enquanto peça fundamental na vida cotidiana.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da ideia de que as histórias em quadrinhos não são apenas um meio de entretenimento, já que possuem narrativas que vão além do mundo fictício, gerando no leitor uma reflexão sobre o mundo real, tornou-se importante analisar de que forma o jornal fictício Clarim Diário faz suas coberturas sobre o Homem-Aranha, apresentando uma comparação com o jornalismo da vida real, no sentido de compreender melhor a prática jornalística como construtora da realidade.

A partir da análise abordada no trabalho, constatou-se a presença de *fake news* no jornal fictício, o qual muitas vezes aborda temas polêmicos e inverídicos escritos de forma incoerente, utilizando uma linguagem sensacionalista para atrair a atenção do leitor. Tal característica do Clarim Diário se assemelha com a realidade, onde é perceptível uma série de produções jornalísticas em que os assuntos não são apurados corretamente, dando enfoque apenas a alguns ângulos do fato para explorar o sensacional, sem se preocupar em levar a informação coerente e relevante para os leitores. E, em muitos casos, as notícias falsas são veiculadas de forma proposital, para denegrir a imagem de um indivíduo ou de uma organização.

A pesquisa aponta que autoritário editor do Clarim J.J. Jameson, com base no seu ódio pessoal pelo Homem-Aranha, encobre os atos heroicos do mascarado e inverte a realidade, apresentando para os seus leitores fatos totalmente diferentes dos que aconteceram. Desse modo, ele passa a criar uma imagem do vilão Homem-Aranha, levando a opinião pública a se posicionar contra o herói.

A falta de imparcialidade dentro do jornal o Clarim Diário leva a uma reflexão da real prática do jornalismo, onde muitos jornalistas são influenciados a escrever e abordar conteúdos que atendam aos interesses econômicos, sociais e políticos dos donos e editores da empresa jornalística. Ou onde grupos e indivíduos utilizam a linguagem jornalística para divulgar conteúdos falsos e depreciativos, em benefício próprio. Por isso, pode-se afirmar que a representação do jornalismo nos quadrinhos é uma espécie de crítica à profissão na vida real.

---

A pesquisa revelou que o jornalismo fictício do Clarim retrata de forma clara como o conteúdo de cunho jornalístico, muitas vezes, trabalha na reconstrução dos fatos, canalizando o leitor para uma mudança de perspectiva, influenciando na interpretação dos acontecimentos com base em seus próprios interesses e não no interesse público.

Diante das análises presentes no trabalho, torna-se necessário avaliar o papel do jornalismo no cenário atual, no qual a luta pela atenção do público, aumento das vendas, interesses pessoais de quem comanda os jornais ou de pessoas que apenas fazem uso do formato jornalístico, têm afetado a prática do jornalismo, com uma série de factoides que transformam a notícia, levando para o leitor informações impregnadas de opinião e subjetividade. Caso essas práticas não sejam amenizadas, haverá um momento em que o jornalismo cairá no descrédito, pois é cada vez mais complexo separar o real do *fake*.

É indubitável que este tema está longe de se esgotar, sendo necessárias mais pesquisas na área. O presente trabalho trouxe apenas uma parte das discussões como forma de incentivar mais análises acerca do fazer jornalístico levando em conta o embate entre o jornalismo ético e as práticas depreciativas, por meio das *fake news*. Portanto, é importante que o campo científico se debruce mais sobre esse cenário para que sejam apontados quais mecanismos o jornalismo deve utilizar para se manter enquanto construtor da realidade, diante da infinidade de conteúdos falsos, de cunho noticioso, que chegam às pessoas por meio das novas tecnologias de informação e comunicação.

## REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. *A Construção da Notícia*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2009. – (Coleção Clássicos da Comunicação Social).

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus Editorial, 1995.

BRITO, Sabrina. **O impacto das fake news no dia a dia do jornalismo**. Observatório da imprensa. Ed. v. 964, 2017.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto, CASTRO, Valdir José de (orgs). **Comunicação e sociedade do Espetáculo**. São Paulo. Editora Paulus, 2006.

FILHO, Dante. **Ética e Sensacionalismo**. São Paulo: 2002.

GALLO, Fabio. O persistente mundo da pós-verdade. **In**: BLANCO, P. (Org): *Pensadores da Liberdade: liberdade e cidadania*. São Paulo: Palavra Aberta, 2017. p. 82-87.

- 
- LEITE, I. C. Garcia. **Homem-Aranha: herói ou vilão?** Uma análise do jornal fictício Clarim Diário à luz da ética jornalística e critérios de noticiabilidade. 2018, 79 f. Monografia (Graduação). Centro de Ciências Sociais - Universidade Federal do Maranhão. 2018.
- LIMA, Venício A. Revisitando Sete Teses sobre Mídia e Política no Brasil. **In:** Comunicação & Sociedade, Ano 30, n. 51, p. 13-37, jan./jun. 2009.
- LIRA, Izabelly. **Do sensacionalismo às fake news: qual é o impacto da era pós-digital no jornalismo?** Comunicare, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/XxS9Dy>>. Acesso em: 30 jan. 2019.
- MARSHALL, Leandro. **A imprensa cor-de-rosa.** Observatório da imprensa. Ed, v. 245, 2003.
- MCLUHAN, Marshall. O meio é a mensagem. **In:** Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 2007, p. 21-37.
- OLIVETO, Paloma. **Pesquisa mostra que ‘fake news’ são disseminadas por pessoas, não por robôs.** Correio Braziliense, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/aDQsCT>>. Acesso em: 21 jan. 2019.
- PEDROSO, Rosa Nívea. **A Produção do Discurso de Informação num Jornal Sensacionalista.** Rio de Janeiro, UFRJ/Escola de Comunicação, 1983.
- SANTOS, A. M. Alves dos; ROCHA, N. A. de Azevêdo. Os impactos das novas tecnologias da comunicação nos serviços de informação. **In:** Tendências na utilização das tecnologias da informação e comunicação na educação / Luís Paulo Leopoldo Mercado (org.) - Maceió: EDUFAL, 2004. p. 210-234.
- SILVA, Evandro Rabello da. **Fake news, algoritmos e democracia:** o papel do direito na defesa da sociedade aberta. 2018, 81f. Monografia (graduação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- SOUSA, D. A. Freires de *et al.* **Fake News:** um estudo inicial acerca da propagação, disseminação e impacto nas redes sociais digitais. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Juazeiro – BA – 5 a 7/7/2018.