

## A HISTORICIDADE DO TERMO *FAKE NEWS* NA IMPRENSA

### Fake news term's historicity in press

HÉLIO FERREIRA MENDES JÚNIOR

Universidade Federal de Santa Maria, UFSM - Rio Grande do Sul

#### Resumo

De forma breve, a historicidade do termo *fake news* supostamente hodierno na imprensa, assim como as suas primeiras menções registradas e disponíveis em jornais. Situando esta palavra *fake news* através da própria história da imprensa, que surgiu desde o início do século XVI, até o ano de 2016 deste século, quando nos deparamos novamente com seu uso para apontar uma notícia considerada falsa.

**Palavras-chave:** Historicidade. *Fake News*. Imprensa. Notícia Falsa. Termo.

#### Abstract

Briefly, the historicity of the supposedly current term *fake news* in the press, as well as its first recorded and available mentions in newspapers. Situating this word *fake news* through the history of the press, which emerged from the beginning of the sixteenth century, until the year 2016 of this century, when we are faced again with its use to point out news considered false.

**Keywords:** Historicity. *Fake News*. Press. *Fake News*. Term.

111

#### Introdução

O termo *fake news* nos remete ao século XVI, precisamente o ano de 1575, em que se tem a primeira menção, diferente do habitual e designado com a palavra: *false*. Segundo consta no dicionário online Merriam-Webster<sup>1</sup>, e nas Epístolas Familiares do Sr. Antonio de Guevara, o termo referia-se a: mentiras cruéis, mulheres desonestas, falsas esperanças, palavras vãs, malícias duplicadas e amizades fingidas etc. Ainda, segundo o dicionário online Merriam-Webster, em maio de 1807, mais de duzentos e trinta e dois anos após a primeira menção o termo reaparece em uma citação do jornal *Impartial Observer*, em Richmond. A escrita jornalística recai sobre um escritor que espalhava notícias falsas contrariando a lei da época. Em 1866, quase sessenta anos depois, ressurgiu no jornal *The Detroit Free Press*, dizendo que a imprensa francesa sabe pouco

<sup>1</sup> O termo usado era *false news*, segundo o dicionário online Merriam-Webster. O termo tem sua primeira menção publicada em 1575.

sobre o termo que caracteriza um fato como notícia falsa, o que desagrada ao poder executivo local.

Em junho de 1890, a palavra, *false* é substituída no jornal *Cincinnati Commercial Tribune* pelo termo usual para notícias falsas, que o secretário Brunnell, declara em nota que são falsas as notícias sobre a sua pessoa telegrafada pelo país. No mês seguinte o *The Kearney Daily Hub* publica uma nota assinada por Clarence Collins em que são falsas as notícias de que duas pessoas foram atropeladas pela embarcação Netuno e jogadas na água, como mencionada no jornal *Sunday's Enterprise*. Em maio de 1891, o jornal *The Buffalo Commercial* em uma nota cita o termo sobre que o gosto do público, não deseja por notícias distorcidas como publicadas por um sindicato há dois anos. Segundo o dicionário online Merriam-Webster o termo *fake news* não é uma novidade, mas quando usado o termo em inglês *new*, está usando a palavra em um sentido mais amplo de seu significado:

A impressão e disseminação de notícias espúrias são dificilmente novas, mas o termo notícia falsa é. No entanto, quando dizemos que a palavra em inglês é "nova", estamos usando um significado mais amplo dessa palavra do que se nos referíssemos a, digamos, um gênero musical. Notícias falsas começaram a serem usadas em geral no século XIX.<sup>2</sup> (MERRIAM-WEBSTER, s.d., s.p., tradução nossa).

112

No século XXI, após cento e vinte e cinco anos, o termo *fake news* ressurge durante a campanha presidencial norte-americana como aponta a reportagem do *The Huffington Post* escrita pela jornalista Claire Fallon. No dicionário online Merriam-Webster, o termo já existia há muito tempo antes do *Pizzagate*<sup>3</sup> aparecer no *Google Trends*.

<sup>2</sup> No original: The printing and dissemination of spurious news is hardly new, but the term fake news is. However, when say that English word is “new”, we are using a broader meaning of that word than if we were to refer to, say, a musical genre. Fake news appears to have begun seeing general use at the of the 19<sup>th</sup> century.

<sup>3</sup> O *Pizzagate* tomou tamanha proporção nos EUA que foi investigado pela polícia do Distrito de Colúmbia, onde fica a capital, Washington, mas nenhuma das alegações foi provada. Já o FBI sequer chegou a entrar no caso por falta de evidências concretas e descobriu-se ainda que os rumores do Pizzagate foram espalhados por sites de extrema-direita e apoiadores de Donald Trump, dispostos a tudo para prejudicar Hillary Clinton em uma das eleições mais apertadas da história norte-americana - vale ressaltar, porém, que nunca ficou comprovado qualquer envolvimento direto do atual presidente no caso. (CANOSSA, 2020, s.p.)

De modo que a expressão *fake news* se generalizou em novembro de 2016, o mês da eleição nos Estados Unidos, sendo muito usado pelo candidato republicano Donald Trump e citado por alguns estudiosos como o pai da expressão *fake news* na atualidade (BBC, 2017, s. p.). Estas matérias falsas exploravam os preconceitos ou vieses já existentes dos leitores para receberem cliques com mentiras, como a de que Hillary Clinton teria guardado cédulas de voto fraudulentas, em galpões, como na matéria do *The New York Times* do jornalista Scott Shane<sup>4</sup>. Em 2017, tem-se duas palavras que foram eleitas pelo tradicional dicionário britânico Harper Collins, que todos os anos elege, a palavra do ano de acordo com as menções dos termos mais buscados na internet (Figura 1).

Figura 1: *fake news* (Harper Collins Dictionary)

*fake news* (ˌfeɪk ˈnjuːz) *noun*: false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting

Fonte: BBC (2017).

Segundo a matéria do site BBC (2017), o termo: *fake news* (notícias falsas), foi um termo amplamente usado por Donald Trump quando estava em campanha para a presidência, em geral, para se referir a notícias negativas sobre ele. Diante desse movimento de linguagem, o termo toma corporeidade e parece sofrer uma elasticidade em que o mundo inteiro passou, discursivamente, a usar o referido termo. Em 2017, as menções a *fake news* aumentaram 365%. A reportagem do jornal *The Huffington Post* apura que o termo “entrou para o uso geral no final do século 19” como é textualizado, atualmente. O jornal cita vários artigos noticiosos da década de 1890, incluindo um texto de 1891 publicado no *The Buffalo Commercial* (Nova York), que declarou em tom otimista: “O gosto público não aprecia as ‘falsas notícias’ (*fake news*) e as poções de ‘demônio especial’, como as que lhe foram servidas por um serviço noticioso local há um ou dois anos”. (FALLON, 2017, s.p.). A explicação para a mudança de *false* para *fake* segundo a jornalista Fallon é puramente uma questão da adjetivação na língua inglesa.

<sup>4</sup> Ele criou uma história falsa sobre um trabalhador da indústria elétrica que tropeçou em caixas empilhadas de cédulas pré-marcadas para Hillary Clinton (SHANE, 2017, s.p.).

A palavra *fake* também é relativamente recente. *Fake* era pouco usado como adjetivo antes do final do século 18. “Antes do final do século 19, os anglófonos utilizavam um termo alternativo para descrever o que hoje chamamos de *fake news: false news*”. (FALLON, 2017, s. p.).

Para a Análise de Discurso, pela noção teórica de condição de produção, pode-se depreender que as palavras têm a sua significação, o seu sentido determinado por questões históricas e políticas, uma vez que a exterioridade se significa na língua. Nessa direção entende-se como condição de produção, que incluem o contexto sócio-histórico, ideológico, conforme Orlandi (2010):

As condições de produção implicam o que é um material (a língua sujeita a equívoco e a historicidade), o que é institucional (a formação social, em sua ordem) e o mecanismo imaginário. Esse mecanismo produz imagens dos sujeitos, assim como do objeto do discurso, dentro de uma conjuntura sócia histórica. (ORLANDI, 2010, p. 40).

A mudança do termo *false* para *fake* não ocorre pelo apagar das luzes. Isto significa compreender que as palavras têm a sua vivência, afetada pelo movimento histórico, como pontuou Fallon (2017). Dito de outro modo, a palavra não está apartada dos acontecimentos, das relações entre o sujeito e o mundo. Ao contrário, podemos dizer, ainda, pela equivocidade, ou seja, o equívoco na língua se dá pela sua movência, nesse jogo da palavra e com a palavra, entre sua estabilidade do acaso e uma necessidade linguística da palavra em ser pronunciada e escrita em distintas épocas e condições tem a sua significância. Assim:

O que temos a dizer é que reconhecer o jogo da palavra é fortemente administrado e explicitar a organicidade desse poder dizer não significa poder, dominá-lo. Ao contrário, o que a Análise de Discurso mostra é a equivocidade desse poder, o fato de que ele está a cavalo sobre a língua e a história, entre a necessidade e o acaso, entre a certeza e o equívoco, entre a estabilidade e a movência, entre a vontade e a indiferença. Não há nem um agente onipotente na origem e nem um poder institucional todo poderoso no fim. (ORLANDI, 1998, p. 17).

O jogo da palavra é parte do processo de linguagem da substituição de uma palavra que entra em desuso por outra para que passe a expressar melhor o seu sentido em um significar diferente. Essa adequação da língua no cotidiano faz com que as palavras sejam substituídas, porém não existe uma imposição oficial para tal mudança. Em outras palavras, é parte do próprio movimento linguístico.

## 2. A Imprensa Amarela: Sinônimo de sensacionalismo

O termo sensacionalismo, segundo Tofóli (2008), é reconhecido no novo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros conforme o Art. 11: “o jornalista não pode divulgar informações de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário dos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes”. Para Tofóli (2008): “o sensacionalismo seria, então, tornar sensacional aquilo que não necessariamente o é. O produto, no caso, a notícia, extrapola a realidade, extrapola a si mesma” (Tofóli, 2008, p. 47). O jornalismo ético atua como uma prática democrática. Segundo Labasse (2017):

O jornalismo ético, no sentido de uma prática preocupada com os indivíduos como seres humanos, preocupado com a democracia e a responsabilidade pelo que está escrito, é mais importante do que a noção de neutralidade moral que é incorporada na técnica de reportagem objetiva (LABASSE, 2017, p. 17 *apud* COHEN-ALMAGOR, 2008, p. 150).

Desse modo, o jornalismo ético é posto em xeque quando surge a imprensa amarela nos Estados Unidos, na década de 1890. Esta é reconhecida como sendo sensacionalista. Essa denominação emerge, à época, como um modo de dizer, de particularizar os jornais que inventavam informações com fins de aumentar suas vendas com matérias tidas como sensacionalistas. A imprensa difundida como sensacionalista surgiu na disputa no final do século XIX, entre os jornais *New York World*, editado por Joseph Pulitzer e *The New York Journal*, editado por William Randolph Hearst. Conforme Coutinho (2015):

A disputa entre os dois jornais pelo personagem de quadrinhos, e principalmente pela liderança nas vendas, foi tão marcante que os críticos ao estilo sensacionalista do “*World*” e do “*Journal*” começaram a utilizar o termo “*yellow press*” (imprensa amarela) para jornais que tinham uma linha editorial baseada no sensacionalismo e abusavam de manchetes em letras garrafais, grandes ilustrações e exploração de dramas pessoais. (COUTINHO, 2015, s. p.).

Depreende-se que a disputa mercadológica e pelo personagem *Yellow Kid* entre os jornais *World* e *Journal* marca o termo da imprensa amarela ser sensacionalista nas manchetes dos jornais e explorarem os dramas pessoais inflamando um acontecimento cotidiano nova-iorquino. O “sensacionalismo é apenas o grau mais radical de mercantilização da informação”, conforme Marcondes Filho (1986, p. 66). A característica de um jornal sensacionalista são

as manchetes exageradas sobre crimes, vida dos famosos e às vezes ficcionais como descreve Emery:

Em 1900, cerca de um terço dos diários metropolitanos seguia a tendência sensacionalista estabelecida em Nova York pelo *Journal*. Os jornais competidores voltaram-se para os assuntos familiares do sensacionalismo: crime, sexo, feito de famosos e infames, desastres e novas guerras. Os artifícios da imprensa sensacionalista continuaram sendo usados: manchetes alarmantes e ficções sensacionais; histórias lúgubres, muitas delas forjadas; atenção para notícias sem importância, mas excitantes; os suplementos coloridos da edição dominical e pródigas de ilustrações com as fotografias cada vez mais reclamadas (EMERY, 1965, p. 448)

No Brasil, segundo Coutinho (2015), o uso do termo imprensa marrom é inspirado na expressão norte-americana *yellow press*<sup>5</sup> (imprensa amarela). Por aqui, a expressão de imprensa amarela surge na década de 1960.

A mudança de cores tem diversas versões. Uma delas diz que se fez uma apropriação do termo francês para procedimento não muito confiável: *imprimeur marron* (impressor ilegal), expressão utilizada na França para designar os jornais impressos em gráficas clandestinas. Segundo Alberto Dines, o termo foi utilizado pela primeira vez em 1960, quando ele, ao noticiar no *Diário da Noite* o suicídio de um cineasta, escreveu que a tragédia era o resultado da atuação irresponsável da “imprensa amarela”. A vítima havia sido chantageada pela revista *Escândalo*. Ao passar pelas mãos do chefe de reportagem, Calazans Fernandes, a expressão foi alterada para “imprensa marrom”, pois segundo ele o amarelo era uma cor alegre, e o marrom seria mais apropriado por ser a cor dos excrementos. Há ainda uma terceira versão segundo a qual a cor marrom seria de forma racista ligada a clandestinidade e ilegalidade, por associação aos escravos que fugiam ou viviam de forma ilegal no país. (COUTINHO, 2015, s. p.).

A imprensa tem um código de conduta ético de não noticiar um suicídio, enfatizando-o em suas manchetes dos jornais, para não incentivar outros suicidas a tentarem contra suas vidas. Geralmente os jornais e páginas policiais que o fazem são considerados sensacionalistas pela imprensa. O jornalista Alberto Dines (COUTINHO, 2015), acusa a revista *Escândalo* de chantagear o cineasta levando-o a cometer suicídio.

<sup>5</sup> *Yellow Journalism* que primeiro parece alcançar o clamor generalizado e o tom de febre do escândalo familiar hoje em dia. Por que amarelo? As razões não são totalmente claras. Algumas fontes apontam para a tinta amarela que as publicações às vezes usam, apesar de ser mais provavelmente do popular desenho animado Yellow Kid que apareceu pela primeira vez no New York World de Joseph Pulitzer, e mais tarde no de William Randolph Hearst. New York Journal, os dois jornais envolvidos na guerra de circulação no coração do furor. (PUBLIC DOMAIN REVIEW, s. d., s. p.).

O personagem *Yellow Kid* de 1807, publicado pelo *New York Journal*, seria a referência a este jornalismo, na ilustração (Figura 2) o personagem está vestido de uma camisola amarela com algumas supostas manchetes sensacionalistas, com as pessoas durante uma partida de jogo de golfe. O uso da camisola amarela pelo personagem e por ser de pele amarelada traz uma referência clara à imprensa. Para Lage (1985, p.21), do ponto de vista do jornalismo, é pela simbologia das cores, nos projetos gráficos dos jornais e revistas que o amarelo simboliza a tensão. Na Figura 2, temos a ilustração *Yellow Kid* de Richard Felton Outcault publicada no *New York Journal* (1897), que caracterizou depois como representação do *yellow journalism* (imprensa amarela).

Figura 2: Yellow Kid por Richard Felton Outcault



Fonte: COUTINHO (2015).

Para Galiego (2013), quando um jornalista comete um equívoco em relação a uma notícia falsa como algo verdadeiro, no jargão jornalístico, se diz barrigada<sup>6</sup>. Isto acontece por diversos motivos, dentre estes, principalmente por

<sup>6</sup> Barrigada é o mesmo que fracasso para qualquer jornalista. Um furo pode se transformar em uma barriga, mas uma barriga nunca será um furo. Tecnicamente, a barriga ocorre quando o jornalista divulga uma informação equivocada. Enquanto o furo é o resultado da criação de uma pauta relevante e inovadora. (GALIEGO, 2013).

confiança demasiada na fonte da informação. A título de exemplo, diz Galiego (2013), o caso clássico de barrigada no jornalismo brasileiro ocorre em 1983 com a revista *Veja*<sup>7</sup> quando publica a matéria atribuída à revista científica *New Science*:

Um caso famoso de barrigada é o da revista *Veja* que, em 1983, publicou uma notícia científica, retirada da revista inglesa *New Science*, como sendo verdadeira, quando, na verdade, se tratava de uma brincadeira do dia 1º de abril (Dia da Mentira). O problema maior é que a notícia sequer parecia real. De acordo com a publicação inglesa, dois biólogos de Hamburgo, na Alemanha, teriam fundido pela primeira vez células animais com células vegetais - as de um tomateiro com as de um boi - formando o “boimate”. Enfim, por si só a notícia já era um blefe. E serve para comprovar que este tipo de equívoco é passível de acontecer com qualquer profissional de qualquer veículo. Por isso mesmo a atenção dos jornalistas deve ser redobrada no momento de transformar uma informação em notícia. É preciso levar em consideração sua relevância social, questionar todos os lados envolvidos e atentar para dados e números informados. (GALIEGO, 2013, s. p.).

Pode-se dizer, a partir do que formula Galiego (2013), que a confiança na fonte científica da *New Science* levou a Revista *Veja* a publicar, sem se atentar para a brincadeira da data feita pela revista *New Science* e suas condições de produção com os seus leitores, que sabiam que se tratava de uma mentira, devido ao 1º de abril. Pela teoria da Análise de Discurso, compreende-se que o discurso é constituído de condições de produção em que a historicidade se significa. Conforme Dias (2004), ancorada em Orlandi (1999), na Análise de Discurso é pelo efeito da própria materialidade do discurso midiático que a homogeneidade vai produzir-lhe a variação.

Porém, cabe aqui remeter à distinção entre a criatividade e a produtividade elaborada por Orlandi (1999) para compreendermos que não pode haver um sentido preso a uma mensagem, nem um sentido à deriva, um sentido qualquer. A produtividade, regida pelo processo parafrástico, mantém o homem num retorno constante ao mesmo espaço dizível: produz a variedade dele. E a criatividade, regida pela polissemia, faz intervir o diferente, produzindo movimentos que afetam os sujeitos e os sentidos na sua relação com a história e com a língua. Irrompem assim sentidos diferentes. (DIAS, 2004, p.66).

<sup>7</sup> Em 1983, a revista *Veja* na edição 764 de 27 de abril, reproduziu uma reportagem inverídica publicada pela revista *New Scientist* sobre um fruto resultante da fusão de células de boi com tomate. (MIGALHAS, 2013, s. p.).

E se pensarmos em distintas condições de produção, o termo *fake news* que circula na mídia jornalística desde a invenção da imprensa, e com diversas expressões diferentes, foram sendo substituídas com o passar dos anos pelo aprimoramento da linguagem jornalística e até chegarmos ao termo habitual da contemporaneidade.

### 3. Escola Base e a repercussão do erro da imprensa brasileira

Em 1994, um dos casos mais emblemáticos e estudados de barrigada (*fake news*) (re)produzidos pela imprensa brasileira, recai sobre os donos e funcionários da Escola de Educação Infantil Base, em São Paulo. Os donos da escola foram acusados de abusarem sexualmente dos alunos da sua escola, dentro da kombi. A notícia decorre a partir da denúncia de duas mães de alunos da escolinha infantil, conforme a Figura 3 com a primeira página do jornal Notícias Populares que estampa a notícia sobre a Escola Base.

Figura 3: Notícias Populares com a manchete sensacionalista sobre a Escola Base



Fonte: CASA DOS FOCAS (s. d.)

Segundo o artigo de Gabriela de Barros Silva (2018), publicado no site Canal Ciências Criminais, a denúncia foi na 6ª Delegacia de Polícia, na zona sul de São Paulo (SP). De nossa parte interessa pensar, discursivamente, a posição da

escola e de outro lado, a polícia. Posições distintas diante de um discurso x. O *Caso Escola Base*<sup>8</sup> teve grande repercussão em vários aspectos e tornou-se ponto de debates, de pesquisas, estudos, necessariamente sobre a linguagem jornalística, e o modo como a notícia produz efeitos de sentido. De modo que há um dizer sobre e não o discurso da escola, ou seja, são posições antagônicas, de força. A questão do movimento da linguagem faz pensar as formações imaginárias, constitutivas do discurso, tal como pontua Pêcheux (2006) que vai de um simples pedido de informação até uma discussão, o debate, o confronto.

Nesse espaço de necessidade equívoca, misturando coisas e pessoas, processos técnicos e decisões morais, modo de emprego e escolhas políticas, toda conversa é suscetível de colocar em jogo uma bipolarização lógica das proposições enunciáveis - com, de vez em quando, o sentimento insidioso de uma simplificação unívoca, eventualmente mortal, para si mesmo e/ou para os outros. (PÊCHEUX, 2006, p. 33).

Para Silva (2018), no que se refere à midiatização do caso, esta ocupa uma posição importante em âmbito de repercussão. Neste caso, quando a notícia se torna veiculada em jornal de cunho nacional toma uma carga semântica pelo modo como abrange a nação. Assim, o modo de dizer, por vezes, joga com o interlocutor e pontos incisivos sobre como um fato x ou y entrarão em discussão, em conversas na sociedade. Vejamos o modo como Silva (2018), remete a relação discursiva entre mídia e no caso, a escola:

A mídia, no geral, sensacionalizava o fato, explorando o sofrimento das mães e deixando de lado a ética jornalística. Atenta-se que, até esse momento, os suspeitos sequer haviam prestado depoimento à polícia. A pressão da imprensa foi tanta que Richard, um americano que não possuía qualquer ligação com o caso, foi preso, ainda que tenha sido solto nove dias depois. O caso tornou-se referência obrigatória em discussões em cursos de Direito e Jornalismo no Brasil. (SILVA, 2018, s. p.).

A linguagem jornalística, nesse caso, explora o sensacional da história focado apenas no depoimento da posição-sujeito: “explorando o sofrimento das

<sup>8</sup> Dois livros foram lançados sobre o tema: 1) do jornalista Ale Ribeiro: *Caso Escola Base - Os Abusos da Imprensa* (1995) e 2) do jornalista Emílio Coutinho: *Escola-Base: onde e como estão os protagonistas do maior crime da imprensa brasileira* (2017). O caso também é muito estudado até hoje em cursos de Comunicação Social no Brasil sobretudo na disciplina de Ética. (CRUZ, 2017, s. p.).

mães e deixando de lado a ética jornalística. Atenta-se que, até esse momento, os suspeitos sequer haviam prestado depoimento à polícia”.

Na Análise de Discurso, ancorada em Pêcheux (2006, p. 31) compreende-se que: “nesses espaços discursivos supõe-se que todo sujeito falante sabe do que fala, porque todo enunciado produzido nesses espaços reflete propriedades estruturais independentes de sua enunciação”.

Assim, pelo discurso observa-se aquele que diz e o modo como e diz produz efeitos de sentidos. Segundo Lage (1985), pela linguagem jornalística essas capas de jornais chamativas são uma solução gráfica na redução de fatores de ênfase.

Executando a colocação mais acima ou mais abaixo na página, a fotografia grande e a eventual - não obrigatória - manchete, o que tinha era a igualização das matérias, como se o editor se isentasse da responsabilidade de avaliar a importância relativa dos conteúdos. Esse encargo transferia-se, presumivelmente, ao leitor, cuja emoção deveria despertar-se após a leitura, e não antes dela. (LAGE, 1985, p. 15).

A capa do jornal Notícias Populares (Figura 3) faz uma ligação do texto com a exterioridade quando afirma que a Kombi era motel. No modo como o discurso é posto no jornal faz pensar sobre memória linearizada. Essa memória linearizada, segundo Orlandi (2008), é a textualização do discurso. Ou seja, a língua tem o seu funcionamento, a textualização discurso/texto.

A relação do sujeito com a memória (interdiscurso), como dissemos, toma forma, se materializa na relação sujeito/autor, discurso/texto. Na textualização, esta forma de organização do dizer (da história, do sentido, do poder) nas diferentes regiões se faz presente. Embora o interdiscurso não seja representável, seus efeitos estão representados na articulação das diferentes formações discursivas que recortam o texto de forma desigual. (ORLANDI, 2008, p.115).

De modo que o título do jornal, neste caso, enfatizando que a Kombi escolar era o motel, produz distintos sentidos dados os efeitos das diferentes formações discursivas presentes na formulação. A formação discursiva é a materialização da ideologia. Essa se materializa no discurso e o discurso se materializa na língua.

A ideologia possibilita o efeito de evidência ao sentido. Assim, há sentidos que recortam apenas o título de forma desigual, que reclamam gestos de interpretação, com os dizeres: kombi, motel e escolinha do sexo. Isso relaciona

com o sujeito leitor, com a memória, pois se materializou no título em destaque essa relação do sujeito/autor (o jornal) com o discurso/texto (o título).

Segundo Silva (2018), o delegado Gérson de Carvalho inocentou os acusados envolvidos e o inquérito policial foi arquivado. Porém, a imprensa já havia culpabilizado todos, embora tenha iniciado a sua série de retratações - nunca na mesma potência - focando nas verdadeiras vítimas. Esses dois recortes de jornais da época, dizem de certo modo sobre a cobertura da mídia, em um primeiro momento, acusatória (Figura 3).

No segundo momento, com o caso já midiaticizado conforme Silva (2004), o relatório da polícia diz que não houve abuso na Escola Base (Figura 4) encerrando o caso. Pelos estudos do discurso remetemos a Mariani (1998, p. 60) que considera no discurso jornalístico um discurso sobre, ou seja: “um efeito imediato do falar sobre é tornar objeto aquilo sobre o que fala”. Assim, pode-se pensar primeiro o discurso sobre, neste caso, o suposto abuso e a posteriori sobre a conclusão de que não houve o abuso.

Na atualização de seus estudos sobre o discurso jornalístico impresso, Mariani (2018) discorre que: “estabelece de um outro lado a existência de *truth*, da possibilidade de descrição objetiva dos tais fatos, e se inscreve auto referencialmente, portanto, como lugar do discurso da seriedade” (ORLANDI, 1983 *apud* MARIANI, 2018, p. 07).

Figura 4: Jornal Estado de São Paulo desfecho das denúncias contra Escola Base



Fonte: AUTOR (2023).

O texto jornalístico torna-se público, a partir do relatório, que não houve abuso na escola Base. O relatório funciona como o status de verdade sobre os boatos sobre a escola, conforme Notícias Populares. Para Orlandi (2008), é de suma importância que se questione a evidência, a materialidade da língua.

123

Na língua “se inscreve assim a eficácia omni-histórica da ideologia como incontornável tendência em representar as origens e os fins últimos, o que está além, o para lá e o invisível” (PÊCHEUX, s.d., p. 54). Com efeito, essas considerações nos conduzem a pensar o modo de existência dos sentidos. Onde estão os sentidos? De onde vêm? De onde tiram eles sua validade? Que estatuto dar à separação entre verdadeiro e falso, quando se pensa discursivamente? Que relação estabelecer entre fato e linguagem? (ORLANDI, 2008, p, 127).

Esses questionamentos aqui levantados por Orlandi (2008) são pertinentes para pensar a pauta jornalística e seu efeito de verdade da palavra Relatório, do início no título, a sua origem e, no fim do relatório, isso sem entrar na matéria, na manchete do jornal, os boatos sobre a Escola Base. Observa-se que tem um segundo título: “Acusados pretendem processar o Estado”, de modo que a materialidade discursiva do relatório está no movimento do dizer (verdade).

Segundo Tofóli (2008, p. 28) a verdade é condição precípua, intrínseca ao jornalismo e como acentua o art. 4º do Código de Ética do Jornalismo: “o

compromisso fundamental do jornalismo é com a verdade no relato dos fatos”. Essa verdade jornalística, no texto em análise, fundamenta-se na materialidade discursiva do relatório da polícia que, pelo dizer, desmente todo o caso de abuso na Escola Base, conforme a matéria do jornal (Figura 4). A ética torna-se fundante no meio de produção, isto é, tratado no trabalho de Gislene Silva (2004), que reúne alguns pensadores da área da Comunicação em *Para pensar em Critérios de Noticiabilidade*. O discurso falacioso, de uma notícia x produz pela repetição uma limosidade que faz pensar a ética, no texto jornalístico.

A ética jornalística, no caso da Escola Base, faz pensar sobre retratação pelos meios que divulgaram as inverdades e o noticiou. Tofóli (2008) traz uma reflexão sobre isso, com base em Pena (2005), que pontua:

Não há fibrose. O tecido atingido pela calúnia não se regenera. As feridas abertas pela difamação não cicatrizam. A retratação nunca tem o mesmo espaço das acusações. E mesmo que tivesse, a credibilidade do injustiçado não seria restituída, pois a mentira fica marcada no imaginário popular. Quem tem a imagem pública manchada pela mídia não consegue recuperá-la. Está condenado ao ostracismo. (TOFÓLI, 2008, p, 55).

124

A retratação nunca tem a mesma proporção na mídia do que as acusações, geralmente nem viram primeira página, são apenas erratas em uma página do jornal, ou um pedido de desculpas na TV, em menor espaço de tempo do que o dedicado para narrar os fatos. No jornal Estadão (Figura 4), o relatório cumpre esse papel de assumir essa culpa e se retratar, sem marcar pela errata. Tofóli (2008) pontua sobre a questão da notícia pelo que Henn (1996) expõe: “que um acontecimento pode se tornar notícia sem ser necessariamente atual ou verdadeiro”.

Em sua argumentação, parte do princípio de que a notícia, a rigor, não é informação, mas porta informações. Assim, os acontecimentos podem ser atualizados para se tornarem notícia. No que diz respeito ao quesito “verdade”, outro questionamento. O autor chama atenção para a possibilidade de que “existem notícias falsas”, o que pode acontecer das mais diversas maneiras, entre as quais a própria informação inverídica prestada por uma fonte. Além disso, um relato não é necessariamente o fato em si. (TOFÓLI, 2008, p. 37).

Os jornais por vezes, pelo discurso, usam dessa forma demonstrada por Henn (1996) para fazerem os acontecimentos se tornarem uma notícia. Ou seja,

nos casos dos recortes em análise, cada qual se inscreve em distintas formações discursivas para noticiar sobre. Isso é a construção da narrativa jornalística que acontece através dos critérios de noticiabilidade. Os critérios estão associados aos valores éticos da empresa jornalística e suas condições de produção, cultura profissional da categoria, julgamentos pessoais do próprio jornalista, a qualidade do material, seja no impresso ou em imagem. Circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais são o que pautam a construção de uma reportagem e a realização do trabalho jornalístico no meio impresso, televisivo, radiofônico ou digital.

[...] a criação das notícias é sempre uma interação de repórter, diretor, editor, constrangimentos da organização da sala de redação, necessidade de manter os laços com as fontes, os desejos da audiência, as poderosas convenções culturais e literárias dentro das quais os jornalistas frequentemente operam se a pensar. (CORREIA *apud* SILVA, 2004, p.96).

Em seu compêndio Silva (2004) pondera qual é o processo de criação da pauta jornalística arraigada com os critérios de noticiabilidade (*newsworthiness*) estudados nas escolas de Comunicação em todo o mundo. A autora questiona que:

No percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendo noticiabilidade como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia. (SILVA, 2004, p.96).

Existem instâncias ou conjuntos distintos de noticiabilidade, como apontados por Silva (2004), que estão diretamente relacionados, de certo modo: na origem dos fatos, no tratamento dos fatos e na visão dos fatos. Essas relações que determinam o modo como as notícias são dadas nos meios de comunicação e estão ancoradas nos critérios de noticiabilidade do jornalismo. Segundo Silva (2004) esses critérios não funcionam de modo isolado, na prática da produção noticiosa, pois atuam simultaneamente. Para Wolf (2003), a noticiabilidade funciona como o resultante da cultura profissional e seus valores como da organização do trabalho.

A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas -, para adquirir a existência pública de notícia. (WOLF *apud* SILVA, 2004, p.96).

Conforme Wolf (2003), esse produto informativo é construído e pautado pelos critérios de noticiabilidade, sendo resultado direto de uma série de negociações orientadas sistematicamente. O objetivo consiste em ser inserido no meio jornalístico. Essas negociações, contudo, são tarefas dos jornalistas, função de fatores de diferentes graus de importância e austeridade ocorridos em diversos momentos do processo de produção da notícia.

Segundo Guimarães (2016), o discurso jornalístico e a imprensa possuem uma própria memória como instituição, memória esta que atua como um “filtro” ao significar e ressignificar o mundo e os fatos retratados. Assim, percebemos que os sujeitos reconhecem a Imprensa como “produtoras de notícias”, pelas práticas jornalísticas estarem inscritas na história desta forma.

As instituições que se estabelecem tornam-se visíveis socialmente através de práticas e/ou rituais sociais, pela circulação de seus produtos e, sobretudo, através dos sistemas de normas e leis (ou seja, mais discursos) que se vão organizando conforme o discurso institucional vai se moldando/transformando, e vice-versa. (GUIMARÃES, 2016, p. 28).

Guimarães (2016) discorre que as empresas produzem um efeito de divulgação da informação. E conforme Mariani (2016), são os manuais de jornalismo que orientam a prática jornalística e assim criam o mito da comunicação.

É interessante notar que, escritas por profissionais da imprensa ou por teóricos da comunicação, essas normas técnicas de redação constroem o mito da informação jornalística com base em outro mito: o da comunicação linguística. Responsabilizando o jornalista pelo relato mais ou menos fidedigno dos fatos, nesses manuais o que se está enfatizando é o “poder dizer”, uma onipotência do sujeito com relação à linguagem. Informar e opinar, desse ponto de vista dicotomizado, resultam da capacidade (ou interesse) do responsável pela notícia em manipular a linguagem. (MARIANI, 1998, p.52).

Os manuais que dizem quais as técnicas de redação e assim constroem o que é essa informação jornalística com base no que a Análise de Discurso denomina ser a comunicação linguística. O produto resultante desses manuais é a notícia. Para conceituarmos o que seria a notícia, buscamos nos estudos dos meios de comunicação de massa de Park (1970) que traz uma proposição sobre a notícia ser como uma forma de conhecimento que possui características relativas ao presente.

Como forma de conhecimento a notícia não cuida essencialmente nem do passado nem do futuro, senão do presente e por isso foi descrita pelos psicólogos como presente especioso. Pode se dizer que a notícia só existe neste presente [...] A notícia só notícia quando chega às pessoas [...] Publicada e reconhecida sua significação o que era notícia se transforma em história. Essa qualidade transitória e efêmera é da própria essência da notícia. (PARK, 1970, p. 175).

Park (1970) condiciona a notícia ao tempo presente e quando esta chega ao público, que reconhece sua significação histórica, e assim ela se torna efêmera, o que é própria de sua condição e está na essência do que é ser notícia.

Com Nelson Traquina (2001), temos a comunicação baseada na teoria etno-construcionista (*newsmaking*), considerando as notícias resultantes de um processo de produção perceptivo e selecionador de transformação de uma matéria-prima, que seria os acontecimentos cotidianos. Silva (2004) aponta que isso seria muito reducionista pensar em noticiabilidade somente como conjunto de elementos por meio dos quais as empresas jornalísticas controlam e administram a quantidade e tipos de acontecimentos ou apenas como o conjunto de elementos inerentes que demonstram a aptidão ou potencial de um evento para ser transformado em uma notícia. Assim, necessita de que:

[...] esse produto resulta de: características tecnológicas de cada meio noticioso, logísticas de produção jornalística, imperativos comerciais, retraimentos orçamentais, inibições legais, disponibilidade de informação das fontes, necessidade de narrar o fato de modo inteligível e atraente, para um determinado público. (SILVA, 2004, p.97).

A noticiabilidade jornalística é conjunta de todo o processo, acrescentada das questões etno-epistemológicas descritas por Labasse (2017):

Embora as contradições advindas do senso comum e do habitus profissional possam explicar que nem o público em geral nem os profissionais atribuem um valor ou uma especificidade etno-epistemológica particular às abordagens jornalísticas, não se opõem, evidentemente, em nada a que esses processos sejam examinados sob este ângulo, já que o jornalismo visa, de uma forma ou de outra, adquirir e transmitir conhecimento sobre o estado do mundo. (LABASSE, 2017, p. 2).

Assim como Labasse (2017) pensa sobre essa questão que desloca do tradicionalismo da epistemologia.

De fato, interrogar-se sobre a epistemologia do jornalismo tem pouco significado de acordo com a distinção epistemológica tradicional, e ainda

amplamente compartilhada, opondo-se ao conhecimento digno deste nome - o domínio do saber legítimo - e a simples crença, advinda da experiência cotidiana e socialmente sobre determinada. (LABASSE, 2017, p. 9).

### Considerações finais

A necessidade de separar as notícias por critérios noticiáveis surge da constatação cotidiana de que não há espaço para se publicar nos veículos informativos a infinidade de acontecimentos. Segundo Costa e Mendes Júnior (2014):

Delimitar valores-notícia separadamente do conceito de seleção de notícias, definir valores-notícia como atributos do acontecimento e reconhecê-los ao mesmo tempo como construção social e cultural é apenas um primeiro procedimento para pensar a noticiabilidade, cujo processo exige muitas outras reflexões, passando, como etapas seguintes, pelo tratamento dos fatos noticiosos e pela interpretação que a notícia faz desses acontecimentos. (SILVA, 2004, p.106)

Os critérios de noticiabilidade que fizeram o caso Escola Base estar na mídia foram drama e proximidade, pois a cada momento a população acompanhava como num folhetim os desdobramentos dos fatos. Mesmo depois de anos ainda se tem desdobramentos do ocorrido, na época, e há uma curiosidade sobre o que aconteceu com os envolvidos e as consequências de tanta exposição midiática em suas vidas. Para Lage (1985), a exploração da mídia está relacionada ao acontecimento histórico das notícias na construção da narrativa midiática.

A informação é acontecimento histórico, é parte de uma narrativa. Os eventos políticos, econômicos ou artísticos se interligam e cada novo evento altera o quadro de situação, fazer prever desdobramentos. (LAGE, 1985, p. 46).

Em se tratando da Análise do Discurso, o discurso jornalístico é um discurso sobre algo e coloca o mundo como o seu objeto, e a imprensa não é este mundo, mas deve falar sobre este. Mariani (1989) diz que:

[...] retratá-lo, torná-lo compreensível para os leitores. O cotidiano e a história, apresentados de modo fragmentado nas diversas seções de um jornal, ganham sentido ao serem conectados interdiscursivamente a um “já-lá” dos assuntos em pauta. (MARIANI, 1989, p. 61).

O discurso jornalístico é algo sobre o que rememora alguns sentidos nos leitores pela leitura fragmentada e seccionada no folhear do jornal impresso. E

que este discurso está conectado com a pauta do jornal. O jornalismo ainda funciona como uma prática da verdade para a sociedade capitalista. Segundo Kovach e Rosenstiel (2001):

É o que procura o jornalismo - uma forma prática ou funcional de verdade. Esta não é a verdade em um sentido absoluto e filosófico. Esta não é a verdade de uma equação química. Mas o jornalismo pode - e deve - procurar a verdade em um sentido que podemos operar no cotidiano. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2001, p. 42).

O jornalismo ainda opera com essa noção de verdade no cotidiano da sociedade, e, assim, as *fakes news* funcionam como uma não verdade do que está sendo compartilhado atualmente, porém todo ato pode ser cometido de falhas. O jornalismo também cria aquilo que condena, com base nos critérios de noticiabilidade e por seguir políticas editoriais das empresas de comunicação. O percurso sócio-histórico do termo *fake news* de desdobramento de uma notícia falsa abre questões para se compreender o modo de funcionamento da linguagem.

## Referências

BBC News Brasil. 'Fake News' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. **BBC**, [s.l.], 2 nov. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695> Acesso em: 11 nov. 2019.

CANOSSA, Carolina. Pizzagate: o escândalo de fake news que abalou a campanha de Hillary. **Super Interessante**. São Paulo: Abril, 14 fev. 2020. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/pizzagate-o-escandalo-de-fake-news-que-abalou-a-campanha-de-hillary/> Acesso em: 25 mai. 2019.

CASA DOS FOCAS. Manchete do jornal Notícias Populares. Últimas Notícias, São Paulo, s.d. Disponível em: <https://www.casadosfocas.com.br/o-caso-escola-base-1a-parte/escola-de-base/> Acesso em: 29 jun. 2020.

COSTA, Alfredo José Lopes; MENDES JÚNIOR, Hélio Ferreira. A Comunicação Viral nas Redes Sociais da internet: Estudo de dois casos de repercussão. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, Mato Grosso: UNEMAT, n. 3, v. 3, p. 1-16, 2014. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/view/63> Acesso em: 30 jun. 2019.

COUTINHO, Emílio. O que significa imprensa amarela ou marrom? **Casa dos Focas**, São Paulo, Focabulário, 19 fev. 2015. Disponível em: <http://www.casadosfocas.com.br/o-que-significa-imprensa-amarela-ou-marrom/> Acesso em: 30 jun. 2019.

CRUZ, Maria Teresa. Livro-reportagem esmiúça o 'Caso Escola Base' um dos maiores erros da imprensa no Brasil. **Ponte Jornalismo**, [s. l.]: Ponte, 5 abr. 2017. Disponível

em: <https://ponte.org/livro-reportagem-esmiuca-o-caso-escola-base-um-dos-maiores-erros-da-imprensa-no-brasil/>. Acesso em: 5 jul. 2019.

EMERY, Edwin. **História da imprensa nos Estados Unidos**. Tradução de Alkmin Cunha. Rio de Janeiro: Lidador, 1965.

FALLON, Claire. De onde vem o termo fake news? Da década de 1890, ao que tudo indica. [s.l.]: **Huffpost Brasil**, 2017. Disponível em: [https://www.huffpostbrasil.com/2017/04/05/de-onde-vem-o-termo-fake-news-da-decada-de-1890-ao-que-tudo\\_a\\_22027223/](https://www.huffpostbrasil.com/2017/04/05/de-onde-vem-o-termo-fake-news-da-decada-de-1890-ao-que-tudo_a_22027223/) Acesso em: 20 out. 2018.

GALIEGO, Andrezza. O furo e a barrigada. **Observatório da Imprensa**, São Paulo: Feitos & Desfeitas, ed. 757, 30 jul. 2103. Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/\\_ed757\\_o\\_furo\\_e\\_a\\_barriga/](http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/_ed757_o_furo_e_a_barriga/) Acesso em: 28 ago. 2019.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **The elements of journalism**. Nova Iorque: Three Rivers Press, 2001.

LABASSE, Bertrand. A Epistemologia do Jornalismo pode delimitar seu Território Discursivo? Trad. Gisely Hime. **Parágrafo**, v. 5, n. 2, p. 6-29, 2017. Disponível em: [http://revistaseletronicas.fiamfaam.br\\_](http://revistaseletronicas.fiamfaam.br_) Acesso em: 08 dez. 2019.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Editora Ática, 1985.

MARIANI, Bethania. Discursividades *prêt-à-porter*, funcionamento de *fake news* e processos de identificação. Vale do Sapucaí, Minas Gerais: **Entremeios, Revista de Estudos do Discurso**, v. 17, p. 3-18, 2018. Disponível em: <http://www.entremeios.inf.br/published/675.pdf> Acesso em: 2 mai. 2023.

MERRIAM-WEBSTER Dictionary. The Real Story of 'Fake News'. [s.l.]: **Merriam-Webster**, [s. d.]. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news> Acesso em: 25 mai. 2019.

MIGALHAS. Dia da mentira: relembre a brincadeira de 1º de abril do “boimate”. **Migalhas Quentes**, [s. l.]: Barriga, 1 abr. 2013. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/175290/dia-da-mentira--relembre-a-brincadeira-de-1--de-abril-do--boimate> Acesso em: 2 mai. 2023.

ORLANDI, Eni Puccinelli (org.). **A leitura e os leitores**. Campinas: Pontes, 1998.

\_\_\_\_\_. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2010.

PÊCHEUX, Michel. O discurso: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni P. Orlandi. 4. ed. Campinas: Pontes, 2006.

PUBLIC Domain Review, The. Yellow Journalism: The “fake news” of the 19th Century. **Public Domain Review**, United Kingdom: Collections Images, [s.d.]. Disponível em: <https://publicdomainreview.org/collection/yellow-journalism-the-fake-news-of-the-19th-century/> Acesso em: 2 mai. 2023.

SHANE, Scott. From Headline to Photograph, a Fake News Masterpiece. **The New York Times**, Annapolis, Md., 18 jan. 2017. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/01/18/us/fake-news-hillary-clinton-ron-clinton-harris.html> Acesso em: 25 mai. 2019.

SILVA, Gabriela de Barros. Como o caso Escola Base enterrou socialmente os envolvidos. **Canal Ciências Criminais**, [s. l.]: Artigos, 2018. Disponível em: <https://canalcienciascriminais.com.br/caso-escola-base> Acesso em: 2 mai. 2023.

SILVA, Gislene. Para pensar em critérios de noticiabilidade. In: **Anais II SBPJor**, Salvador, Bahia, 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091> Acesso em: 20 mai. 2019.

TÓFOLI, Luciene. **Ética no Jornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes. 2008. [Coleção Ética nas Profissões]

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

**SUBMETIDO: 12/05/2023**

**APROVADO: 08/06/2023**