

A CONSTRUÇÃO DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA NA PÓS-MODERNIDADE: *HOAXES* E RUÍDOS DA REDE

Diana Damasceno¹
Christopher Lima²

RESUMO: Com a evolução dos meios de comunicação, novas formas de produção de conteúdo apareceram. Numa cultura conectada e descentralizada, o papel do Jornalismo passou a ser repensado. Por isso, alguns elementos do processo jornalístico tradicional e a contribuição amadora para a circulação da informação dentro do ciberespaço - *hoax* - serão analisados neste artigo.

Palavras-chaves: pós-modernidade; jornalismo; cultura digital; *hoax*

ABSTRACT: With the evolution of media, new forms of content production appeared. In a connected and decentralized culture, the role of Journalism began to be rethought. Therefore, some elements of the traditional journalistic process, and amateur contribution to the flow of information within cyberspace - *hoax* - will be analyzed in this article.

Key-words: post-modernity; Journalism; digital culture; *hoax*

INTRODUÇÃO

Este artigo busca abordar as relações no ciberespaço e apontar as construções possíveis do que é notícia na Internet. Além de investigar a maneira como grande parte dos usuários se porta diante dos assuntos pautados pela mídia e como o próprio Jornalismo se comporta inserido no meio digital. Em uma cultura conectada e descentralizada, o papel do Jornalismo tende a ficar mais definido. Por isso, os elementos do processo jornalístico e sua produção de notícias serão pensados no decorrer deste estudo. O atual cenário globalizado é um amplo campo para discussões e ao analisar o ciberespaço podem-se perceber as transformações na produção e divulgação de notícias. Hoje, a circulação de informações e ideias no meio digital só é possível graças a um processo cultural na sociedade. Somente com esse olhar, parece ser possível traçar as identidades que

¹Doutora em Letras (PUC-RJ), pós- doutorado em Cultura Contemporânea (Programa Avançado de Cultura Contemporânea - PACC-UFRJ), jornalista, professora da Universidade Veiga de Almeida, pesquisadora associada do PACC-UFRJ e do grupo Qualidade em Comunicação da Universidade Veiga de Almeida – UVA.

² Graduando em Comunicação Social - Jornalismo.

os usuários foram adquirindo ao longo desse processo e perceber as mudanças no sistema de produção de conteúdo. As formas como a informação foi divulgada pelos meios de comunicação de massa durante todo o último século é marcada por mudanças e se caracteriza pela cada vez menor distinção entre produtores e receptores. Assim, a informação usada no ciberespaço tem peso e papel diferente da informação usada no começo do avanço midiático. Usar o conceito descentralizado do ciberespaço como ferramenta de inter-relação e mecanismo para a coletividade é uma das características desse meio. Sendo assim, investigaremos neste estudo como os agentes da rede se articulam e interferem na transmissão de conteúdo dinâmico. Construindo e adicionando elementos para cada história surgida na *web*.

Desta forma, ao pensar informação, percebe-se que o Jornalismo também se transformou ao longo dos anos e este artigo tentará mostrar alguns elementos que precisaram se moldar e se adaptar a essa nova realidade. Se o ciberespaço é um meio caracterizado pela velocidade e forma descentralizada na produção de conteúdo, este estudo pretende apontar, seguindo a premissa que o “meio é a mensagem”, como essa mensagem é transmitida. Inserido neste meio, está o Jornalismo Digital e seus novos paradigmas. Um desses elementos do Jornalismo pós-moderno é o *hoax*. O termo designado para a transmissão de fatos noticiosos inverídicos. Para a cibercultura, o *hoax* é tratado como ruído e no ciberespaço, caracteriza-se pela velocidade de viralização, desorientando usuários e produtores de conteúdo dentro da rede. A velocidade e a capacidade de mimetizar os assuntos pautados, acrescentando a cada compartilhamento um novo detalhe, servem de impulso para esse elemento. Por isso, é preciso entender melhor como essas características se comportam diante dos usuários da rede. Compreender o conceito viral e relevar as facetas que uma notícia ganha ao repercutir na rede será um dos pontos avaliados no decorrer deste artigo.

FAZER JORNALÍSTICO EM UNIVERSO DE HOAXES

Para compreender os desafios da informação no ambiente pós-moderno é necessário aprofundar-se no contexto global e entender o que levou a esse cenário. Assim, pode-se pensar o mundo contemporâneo como um espaço interligado, com

estreitas relações econômicas, políticas e sociais. Mas esse cenário geopolítico-econômico só é possível graças ao avanço na tecnologia e nas comunicações. O fenômeno da globalização permitiu uma quebra cultural e de fronteiras.

Entender as transições das identidades 'clássicas' (nações, classes, etnias) que já não nos restringem como antes às novas estruturas globais, que consideram de outro modo nossos interesses e desejos, é pensar a recomposição das relações sociais e as insatisfações do fim do século. (CANCLINI, 1999, p.15).

A Aldeia Global, idealizada no século passado por Marshall Macluhan, desenvolveu-se e chegou ao ápice no despertar do desenvolvimento tecnológico. A partir de então, fez-se presente nos meios de comunicação com os quais convivemos até os dias atuais. Pensado originalmente para a televisão, o conceito parece se concretizar não só com a televisão, mas também com a ascensão do telefone celular e da internet, que interligam o mundo inteiro. A informação distribuída pelos grandes meios de comunicação ajudou a definir as fronteiras e atingir a sociedade de forma homogênea. A Internet, por sua vez, segundo Recuero (2012), parte do princípio que a informação é acessível e distribuída entre todos os membros da rede mundial de computadores, como em uma aldeia. A comunicação baseada em estruturas informais de difusão de informações se caracteriza pelas posições e perspectivas dos sujeitos envolvidos. Se antes da Internet, a comunicação era passiva, com pouca interação, onde um grande emissor era poderoso o bastante para atingir muitos receptores, agora novos processos comunicacionais começam a emergir.

Nossa civilização especializada e fragmentada baseada na estrutura centro-margem, subitamente está experimentando uma reunificação instantânea de todas as suas partes mecanizadas num todo orgânico. Este é o mundo novo da aldeia global. (MCLUHAN, 2002, p. 112).

Como sugere Carr, McLuhan compreendeu “que, sempre que surge uma mídia nova, as pessoas são naturalmente impactadas pela informação - o 'conteúdo' - que ela transmite.” (CARR, 2011, p. 12). Ao escrever que o “meio é a mensagem”, McLuhan justifica que o meio não é apenas o canal onde a mensagem é transmitida. O meio tem um papel fundamental no processo de comunicação e

pode influenciar a maneira como ambas as partes compreendem a comunicação, já que este "configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas" (MCLUHAN, 2002, p. 23). Depois de uma fase de controle, aos poucos, os meios foram se adaptando a uma nova realidade, mais interativa e heterogênea, convergindo para um despertar comunicacional, onde a relação de poder não se concentraria nas mãos de um só monopolizador, e sim redistribuída e descentralizada. Com a evolução e a facilidade na produção, uma nova etapa se desenvolveu e a convergência foi só uma questão de tempo. Novas formas de enxergar o mesmo material e a possibilidade de personalizar o conteúdo transformaram o pensamento coletivo e a sociedade.

Para Castells (1999), os meios digitais e de comunicação massiva são parte de nossa cultura pós-moderna. Assim, "os meios de comunicação, em especial a mídia audiovisual de nossa cultura, representam de fato o material básico dos processos de comunicação. Vivemos em um ambiente de mídia, e a maior parte de nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação." (CASTELLS, 1999, p. 421). Maffesoli (2005) corrobora, ao citar os estímulos simbólicos como intervenções no meio urbano, e os meios de comunicação massiva ligados diretamente à produção das cidades, estreitando os laços entre os indivíduos e explorando a diversidade vista nesses centros. A chegada de diferentes formas de cultura, os grupos urbanos e os indivíduos constituíram novas características, adicionando e transformando os olhares do ponto de vista pessoal. Nesse aglomerado, o ciberespaço constitui um espaço aberto para discussão e luta por projetos coletivos.

Por isso, as metrópoles fazem o elo entre os meios massivos e pós-massivos, representando a pluralidade urbana, através do hibridismo visto nas tribos pós-modernas. É preciso entender que essas novas tribos usam a rede para miscigenar o espaço urbano, tendo os meios de massa como condutor e principal meio de interação entre si. Como lembra Maffesoli, "o cimento que liga o corpo social encontra em outro lugar seus ingredientes: na comunicação de massa" (MAFFESOLI, 2005, p. 15). O impacto causado por essa mudança está se desenvolvendo e se recriando a cada instante, e, similar a outras transformações ao longo da história, ela não é perfeita. Existem também alguns pontos de ruídos, como o que analisamos neste estudo. Essa interferência que se propaga pela rede

atual, é chamada de *hoax* e afeta diretamente o desenvolvimento da Comunicação. Viralizado através do ciberespaço, esse elemento típico da cibercultura é uma comprovação do poder da produção descentralizada da rede, capaz de influenciar a sociedade e a comunicação nesse meio. Para definirmos o âmbito da cibercultura, devemos observar os elementos do mundo pós-moderno como a emergência da tecnologia digital no aspecto social. Para Lemos (2003), “a cibercultura emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica”. (LEMOS, 2003, p. 11).

Basicamente, a utilização de tecnologias digitais em dispositivos móveis, com fácil acesso, viabiliza uma sociedade cada dia mais conectada e a convergência de múltiplas formas de mídia. A possibilidade de se comunicar a mesma mensagem por áudio, vídeo, imagem ou texto caracteriza a chamada cultura digital. Mas isso de forma alguma eliminou os meios de comunicação anteriores, pelo contrário, eles evoluíram a ponto de fazer parte desse novo contexto. “Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (JENKINS, 2009, p. 33). É improvável controlar ou mesmo determinar o caminho que uma notícia tomará, uma vez que foi disseminada no campo digital, em razão da velocidade de transmissão dos fatos. Assim, o próprio conteúdo jornalístico pode ser prejudicado por tal interferência, apesar de não significar a substituição do Jornalismo, pois este se apoia em normas instituídas anteriormente, que se adaptam e se adequam ao meio digital. O ciberespaço quebra a barreira dos meios tradicionais de mídias, permitindo aos usuários uma interação muito maior com a obra.

Ciberespaço e cibercultura significam rompimento paradigmático com o reinado da mídia de massa baseada na transmissão. Enquanto esta efetua a distribuição para o receptor massificado, o ciberespaço, fundado na codificação digital, permite ao indivíduo teleintrinsecante a comunicação personalizada, operativa e colaborativa em rede hipertextual. A transição do analógico para o digital supõe migração da TV analógica, que separa emissão e recepção, para o computador online, em que o site, em vez de assistido, deve ser manipulado, operado, compartilhado, cocriado, e no qual o caminho da informação e da comunicação vem da autoria do internauta, pois pressupõe imersão e participação-intervenção do indivíduo – experiência incomum na mídia de massa. (SILVA, 2009 p. 91).

Isso permite a articulação de novos elementos a uma mesma ideia, que passa a ser compartilhada e pode ser desenvolvida por todos que estão em rede. Jenkins (2009) aplica o conceito da “Cauda Longa”, criado por Anderson para designar essa questão.

À medida que comunidades de nichos conseguem utilizar a web para se mobilizar em torno de títulos que satisfaçam seus interesses particulares, os maiores lucros serão obtidos pelas empresas que gerarem o conteúdo mais diversificado e mantiverem disponível por preços razoáveis. (ANDERSON apud JENKINS (2009, p. 335).

Desta forma, vemos que a cultura pós-moderna do conhecimento serve como uma porta de entrada para os fãs lidarem a sua maneira com os produtos da grande mídia e assim desenvolver, por meio do ciberespaço, a sua própria maneira de participar dos produtos midiáticos. Jenkins (2009) defende o poder da participação como um ponto positivo à cultura comercial, por adicionar a diversidade de diferentes pontos de vista, modificando e expandindo o produto para assim regressar com ele à mídia comercial. A partir dessas novas realidades, o Jornalismo precisou se repensar.

No meio da cacofonia que se está formando na Internet, com a proliferação de blogs e de sítios de todo tipo, parece óbvio que continuará havendo lugar para o jornalismo. Mas será necessário criar um novo jornalismo digital que conserve os elementos fundamentais, mas que, ao mesmo tempo, desenvolva uma nova linguagem, um novo código comunicacional adequado às características multimídia da web e das outras plataformas digitais que existem ou venham a ser criadas. (ALVES, 2006, P. 101).

Podemos observar a transformação do Jornalismo ao pensar as notícias para não se enrijecer ao passar dos anos. As empresas jornalísticas migraram e/ou agregaram o meio digital, participando ativamente da convergência típica do pós-modernismo. Desde o começo da produção de notícias em massa, no início do século XX, até os dias atuais, o compromisso com o receptor e a forma de construir a notícia pauta-se em fatores fundamentais, dos quais Souza (2012) destaca seis características citadas por Albertos (2004): correção, concisão, clareza, captação

do receptor, linguagem de produção coletiva e linguagem mista. Bem trabalhadas, elas permitem a compreensão e organização da linguagem jornalística em qualquer meio e contribuem para a definição do Jornalismo como produtor de notícias pela internet. Porém, utilizando-se da base jornalística, existem elementos dentro da web que lançam mão de artifícios como o *hoax* para disseminar falsas ideias, aproveitando-se do discurso midiático em alta. Nesse contexto, podemos entender que a produção de notícias está subordinada ao discurso da comunicação de massa de levar a informação a todos os agentes da sociedade. Cabe à notícia tornar público um fato através da informação, independente das consequências desse ato. Assim, para conduzir os fatos de maneira qualitativa e produzir a escrita, surge a figura do repórter. Ele é aquele “que está presente” e tem o papel de diminuir a distância entre o leitor e o acontecimento. Defende Sodré (1986).

O jornalista escreve a partir de observações, de entrevistas feitas e de dados colhidos. Essas primeiras informações têm que ser averiguadas e checadas antes de ser publicadas. Nesse processo, sempre há interpretação por parte do profissional. Sponholz (2009, p. 21) diz que a palavra-chave para a objetividade – quando o termo é compreendido com relação à procura da realidade – não é neutralidade, mas sim investigação. (BARBOSA, FURTADO, 2012, p. 4).

A construção da confiança de um veículo jornalístico está na forma como ele leva em consideração os recortes da sociedade, pois a credibilidade ainda é o principal capital do jornal. Podemos considerar a existência dos *hoaxes* como fortalecedora do espírito jornalístico e da busca por credibilidade. Em um meio de acesso à informação e sem grandes barreiras para a produção de conteúdo próprio, aqueles que buscam se informar e conseguem a confiança do grupo, tendem a se destacar como verdadeiros produtores de notícias. Em uma sociedade organizada pelo fluxo de informações constante, é inviável a publicação de todos os fatos. Um dos conceitos básicos do Jornalismo pós-moderno é a filtragem de conteúdo. Pena analisa os estudos de Lewin para contextualizar essa teoria (2010, p. 134). Para os autores, existem canais por onde um determinado tema flui em sequência até desembocarem em filtros, controlados por um determinado agente capaz de decidir o que é levado adiante. Traquina (2001) usa a teoria de White para explicar esse conceito.

O processo de produção de notícias é concebido como uma série de escolhas, onde um fluxo de notícias tem de passar por diversos “portões” (Gates), que são momentos de decisão aos quais o gatekeeper (o jornalista) tem de decidir se vai escolher ou não essa notícia, deixá-la passar ou não. (TRAQUINA, 2001, p. 54)

O Jornalismo vem se adaptando às novas mídias sem perder todo o legado construído no último século. Atender sempre ao público com informação requer do Jornalismo uma linguagem dinâmica que traduza de forma eficaz as particularidades dos novos meios (SOUZA, 2012, p. 1). Mas é preciso olhar mais de perto esse campo para entender as transformações dos recursos estilísticos da escrita jornalística nos novos meios de comunicação. A internet já faz parte da rotina do homem pós-moderno e ainda mais do jornalista que depende dela para acompanhar o ritmo das mudanças ao seu redor. Com um modo de vida rápido, globalizado e que “nunca dorme”, é preciso estar sempre “atenado” para conseguir os melhores resultados com a *web*, justifica Ferrari (2003).

Como afirma Lévy (1996), escrever para *web* é uma experiência diferente de produzir um texto para papel ou produzir conteúdo para televisão, na *internet*, “o leitor de um livro ou de um artigo no papel se confronta com um objetivo físico sobre o qual certa versão do texto está integralmente manifesta” (LÉVY, 1996, p. 39). Como lembram Barbosa e Furtado, “o leitor mais apreensivo pode anotar nas margens, recortar, colar, tirar xerox, e, ainda sim, o texto inicial estará lá, preservado. O mesmo não ocorre no computador” (BARBOSA, FURTADO, 2012, p. 3). Para Pinho (2003), o fato de o jornalista ter na escrita seu principal meio de contar histórias, não permite ignorar os fatores que condicionam a redação para *web*. Apesar de aparentar uma organização confusa, com tantos recursos, e uma narrativa não linear, o conteúdo da *web* consegue se organizar de maneira lógica, com a vantagem de romper a barreira da temporalidade, possibilitando novas interações. A vantagem do uso da *web* para transmissão de notícias é o poder da interatividade com o usuário. A maior prova da sociedade em rede, proposta por Castells (1999), é a possibilidade de interação que a internet permite em diversos níveis entre leitores, jornalistas e órgãos de comunicação. Pinho cita Manta (2002) para exemplificar o poder inovador da internet como meio de informação.

O telefone é interativo, mas não massivo, na medida em que é apenas uma extensão tecnológica entre dois interlocutores; a televisão e as mídias tradicionais são massivas, porém não interativas. O jornalismo na Internet é, no entanto, massivo e interativo (MANTA *apud* PINHO, 2003 p. 145).

A facilidade na maneira de propagar ideias e símbolos, o ciberespaço, é atualmente, um território livre para a criação dos chamados memes de internet. O termo pega emprestado o conceito apresentado pelo neurocientista Richard Dawkins (1979), em seu livro *O Gene Egoísta*. O autor finaliza o livro conceituando o meme como uma espécie de “gene” cultural, capaz de propagar uma ideia através de elementos da sociedade e dos próprios indivíduos. Desde então, a palavra é utilizada para descrever um fragmento de informação propagada por e-mail ou via blogs e sites de relacionamentos.

Um "meme de ideia" pode ser definido como uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro. O meme da teoria de Darwin, portanto, é o fundamento essencial da ideia que é compartilhado por todos os cérebros que a compreendem. (DAWKINS, 1979, p. 125).

Um meme pode ser replicado à exaustão, “se a ideia for bem sucedida, pode-se dizer que ela se propaga, espalhando-se de cérebro em cérebro” (DAWKINS, 1979, p. 123). Com a internet, essa capacidade de replicação aumenta exponencialmente, graças à facilidade da rede em compartilhar ideias, o que proporcionaria uma maior fidelidade da cópia original do meme, além de agregar maior longevidade, “pois os memes poderiam ser arquivados sem desaparecerem do caldo cultural.” (RECUERO, 2007, p. 24). O que Dawkins (1979) percebeu foi que não importa o meio, um meme só alcançará o sucesso esperado se for uma entidade que pode ser transmitida compartilhando uma ideia que todos compreendem. Tratando-se de memes no meio digital, mais especificamente de redes sociais na internet, Recuero aponta um novo elemento à fórmula de Dawkins. Na visão da autora, os memes necessitam de uma mensuração do fator distância para que se compreenda a propagação na rede. “Isso porque redes sociais são conjuntos de redes interconectadas, onde laços fortes e fracos (GRANOVETTER, 1973) conectam indivíduos através da interação social.” (RECUERO, 2007, p. 24.). Logo, esse critério estaria “associado à proximidade ou ao distanciamento entre os indivíduos entre si” (RECUERO, 2007, p. 24). Segundo

a autora, a rede se organiza com os laços entre os indivíduos próximos, que tendem a possuir maior interação e com os laços fracos, vindos dos indivíduos mais distantes. Assim, um meme pode ser considerado um representativo da cultura pós-moderna, visto que ele pode reproduzir uma ideia ou uma mensagem por meio digital e incorporá-la à sociedade.

Como um elemento de uma cultura ou um sistema de comportamento que pode ser transmitido de um indivíduo a outro por meios não genéticos, especialmente pela imitação, o meme pode se configurar na internet no formato de imagem, vídeo, frase, etc. que, uma vez acessado e transmitido eletronicamente de um usuário de internet a outro, pode potencializar uma replicação por meio de epidemia. (MORAES, MENDES e LUCARELLI, 2011, p. 6).

Como replicadores, os memes são apenas itens representativos a serem copiados. Nessa linha de pensamento, pouco cabe a eles recaírem os efeitos que sua reprodução terá sobre nós. O compartilhamento pode acontecer sem nenhum mecanismo de filtro de finalidade ou eficácia. “O princípio geral poderia ser assim concebido: alguns memes conseguem replicar-se porque são bons, úteis, verdadeiros ou belos, enquanto outros conseguem mesmo se são falsos ou inúteis. Do ponto de vista dos memes isso é irrelevante.” (BLACKMORE, 2002, s/p). O que determina o valor de propagação de um meme será o capital social investido naquela informação. Os atores pertencentes àquela rede social são motivados pelo ganho social que obterão com a divulgação, replicação ou publicação de uma informação, frisa Recuero (2012). Para a pesquisadora, a troca de informações em uma rede social acontece devido ao envolvimento dos atores, que se esforçam na seleção e divulgação de determinados elementos, elementos que necessitam de atenção para serem replicados. A metáfora memética também se aplica à circulação de notícias na rede.

A criação da tecnologia digital desencadeia um processo de utilização das redes telemáticas que apresenta duas vertentes: a) as redes são uma espécie de ferramenta para nutrir os jornalistas das organizações convencionais com conteúdos complementares aos coletados pelos métodos tradicionais e b) as redes são um ambiente diferenciado com capacidade de fundar uma modalidade distinta de jornalismo, em que todas as etapas do sistema de

produção de conteúdos jornalísticos permanece circunscrita aos limites do ciberespaço. (MACHADO, s/d, p. 1)

Tal cenário favoreceu a velocidade na produção de notícias, que como consequência expandiu uma característica do Jornalismo, a busca pelo “furo” jornalístico. Esse instrumento da construção jornalística sempre foi importante na profissão, e a web estreitou o uso da ferramenta em busca da velocidade com que as notícias circulam.

Relatar um acontecimento antes e com o maior número de informações apuradas sempre foi valorizado pelos grandes veículos de comunicação. Entretanto, a credibilidade jornalística em muitos casos passou a ser colocada em segundo plano em detrimento da velocidade. Isso se agravou a partir das possibilidades que o ambiente web oferece. (BARBOSA, FURTADO, 2012, p. 4)

A partir dessa abordagem, destaca-se a problemática da apuração dos fatos no meio digital. Se o ciberespaço valoriza a velocidade na circulação de mensagens, aliado ao conceito do meme pode gerar o que os pesquisadores da área chamam de *hoax* ou boato virtual. “As traduções do termo *hoax* apontam para a direção de embuste, armadilha, e são definidas por Souza como 'peças de ficção virtuais' (SOUZA, 2003, p. 62), capazes de se propagar na internet através de diversos mecanismos.” (VIANA, 2010, p. 3). Assim, Mazzanti define como “falsas histórias escritas com o objetivo de iludir ou alarmar aqueles que a leem e incentivar sua divulgação rapidamente para o maior número de pessoas possível”. (MAZZANTI, 2006, p.3)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos fenômenos da convergência digital, a circulação de notícias fictícias, *hoaxes*, foi possível graças à popularização do espaço público da comunicação, antes mediado pelas instituições, que preenchiam a função de filtragem entre os autores e os consumidores de informação. A convergência midiática e o cenário do ciberespaço contribuíram para a ascensão produtiva, onde basta se conectar à rede para conseguir publicar um texto, sem que haja a necessidade de se passar por uma editora ou por uma redação de jornal. Segundo Mazanti, uma “liberdade de publicações onde todos os usuários têm acesso à inclusão, modificação e envio de

mensagens, acarretando no problema da veracidade, da garantia a respeito da qualidade da informação.” (MAZZANTI, 2006, p. 2). O espaço democrático do Jornalismo de *web*, entretanto, não diminuiu o papel do jornalista diante da apuração dos fatos. A interação e participação dos receptores no processo de divulgação e produção ajudam a construir um cenário mais abrangente no qual as “práticas jornalísticas podem migrar do conceito de 'notícia para o público' rumo à 'notícia com o público’” (MORAIS, 2011, p. 11). A questão se complexifica quando o uso dessa participação e liberdade de escrita oferecida no meio digital é usado com o objetivo de comprometer a veracidade dos fatos. Assim, segundo Nunes (2012), o *hoax* é voltado para aquele usuário com pouco entendimento sobre a rede, que segue o que é apresentado, repassando a seus contatos.

Mas isso não indica a exclusão do jornalista como vítima da circulação das falsas notícias pela rede. Isso acontece quando o próprio Jornalismo é usado para circulação dos *hoaxes*, com a criação de sites especializados nesse estilo de matéria. O *hoax* utiliza-se de coberturas jornalísticas reais para sobrepor informações fantasiosas. Como observa Recuero (2009), o jornalista digital assume o papel de *gatewatching*. Com a circulação e construção de novas pautas nas redes, é preciso ter cautela ao observar a veracidade dos fatos. Assim, assume-se uma observação do que é publicado pelos veículos de notícias e pode determinar o que deve ou não ser considerado relevante para ser passado adiante. As redes sociais atuam nesse mesmo papel como fonte de informações, mas também como cenário de filtro e reverberação das informações. Assim, complementares à função do jornalista da atualidade, mas com o alerta de não possuírem o comprometimento com a credibilidade da informação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Rosental Calmon. **Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua.** In: **Revista Comunicação e Sociedade.** São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo. vol. 9-10, 2006, pp. 93-102.

BARBOSA, Pedro da Silva. FURTADO, Thaís Helena. **A Credibilidade Jornalística na Web: O caso Cala Boca Galvão e o ambiente virtual** - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Anais da Intercom, São Leopoldo, SC: INTERCOM, 2012.

- BLACKMORE, Susan. **A evolução das máquinas de meme.** Disponível em <<http://www.susanblackmore.co.uk/Conferences/OntopsychPort.htm>> 2002. Acesso em Outubro de 2013.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1999.
- CARR, Nicholas. **A Geração Superficial.** Rio de Janeiro: Agir, 2011.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta.** Volume 7. In.: Coleção O Homem e a Ciência. Editora Universidade de São Paulo, 1979.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** In: Coleção Comunicação, 1º Ed., São Paulo: Contexto, 2003.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2ª ed. – São Paulo, Aleph. 2009.
- LEMONS, André. Cibercultura. Alguns Pontos para compreender a nossa época, in Lemos, A.; Cunha, P. (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre:Sulina, 2003; pp. 11-23.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** 1ª ed. - São Paulo, Editora 34. 1996.
- MACHADO, Elias. O ciberespaço como fonte para os jornalistas. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>>. Acesso em Outubro de 2013.
- MAFFESOLI, Michel. **Cultura e comunicação juvenis.** Revista Dossiê, p. 11-27, 2005.
- MANILI, Fábio. Narrativas no Twitter: o fenômeno no Brasil e as suas implicações na produção da verdade. In. **Revista Lugar Comum**, nº 31, 2000 pp. 121-142. 2010.
- MAZZANTI, Eduardo Spolaor. **Hoax: Lendas e Boatos na Internet.** Curso de Ciência da Computação da UFSM, 2006.
- McLUHAN, Marshall. **Os Meios de comunicação como extensões do homem.** 12ª Ed. Cultrix, 2002.
- MORAES, Francilaine Moraes. **Jornalismo e democracia: o papel do mediador.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-leal-jornalismo-e-democracia-o-papel-do-mediador.pdf>> 2011. Acesso em outubro de 2013.
- MORAES, Franciane. MENDES, Gustavo e LUCARELLI, Talita. **Memes na internet: A web 2.0 como espaço fecundo para propagação.** Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora - Anais da Intercom, Juiz de Fora, RJ: INTERCOM, 2011.
- NUNES, Fábio Oliveira. **O Fake na Web Arte: Incursões Miméticas na Produção em Arte e tecnologia na rede.** In: Anais da Anpap, Rio de Janeiro, RJ, 2012.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** 2º Ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da Informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003

RECUERO, Raquel. A rede é a mensagem: **Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social**. In: Eduardo Vizer. (Org.). **Lo que McLuhan no previu**. 1ª ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, v. 1, p. 205-223. 2012.

_____. **Mememes em weblogs: proposta de uma taxonomia**. *Revista Famecos*, v. 32, p. 23-31, 2007.

_____. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: A reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, p. 1-269. 2009.

SILVA, Marco. Educação **Presencial e Online: Sugestões de interatividade na cibercultura**. In: Eugênio Trivinho e Edilson Cazeloto (Org.). **A Cibercultura e Seu Espelho**. 1ª Ed. São Paulo: 2009 pp. 90-102.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Reportagem**. São Paulo: Summus, 1986.

SOUZA, Máira de Cássia. **Dos relatos às redes sociais: a notícia em tempos de internet** - Universidade Federal de Santa Catarina, Anais da Intercom, Florianópolis, SC: INTERCOM, 2012.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Volume I. Florianópolis: Insular, 2ª Ed., 2005.

VIANA, Lucina. **O Hoax e os desafios jornalísticos no trato da informação**. Universidade Tuiuti do Paraná, Anais da Intercom, Paraná: INTERCOM, 2010.