

# NOTÍCIA E *FAKE NEWS*: uma reflexão sobre dois aspectos do mesmo fenômeno da mutação, aplicada ao jornalismo contemporâneo

**NEWS AND *FAKE NEWS*: a reflexion about two aspects of the phenomenon of mutation, applied to contemporary journalism**

Thaís de Mendonça JORGE<sup>1</sup>  
Universidade de Brasília | Brasil

## Resumo

Este artigo traz o conceito de mutação das ciências biológicas para o jornalismo e tenta mostrar como os métodos da natureza podem ser vistos dentro do campo das notícias. A notícia seria assim um organismo passível de ser observado no próprio ambiente e no convívio com os correlatos, podendo ser classificado em tipos ou categorias de acordo com as características que apresenta. Nesse caso, as chamadas *fake news* podem ser enquadradas como um fenômeno da mutação incidindo sobre as notícias, embora não sejam notícias em seu sentido estrito, mas se disfarçam como tal para enganar o público. O termo mutação no jornalismo serve, então, não só para compreender as alterações na notícia, como também para analisar o entorno social e midiático. Isso envolve, na moldura do *newsmaking*, a maneira como os produtos são elaborados e a cultura que subjaz à organização dos jornalistas e das empresas jornalísticas tradicionais, dentro de um contexto de pós-modernidade tardia, onde as instituições são questionadas, a hierarquia de apresentação dos dados é discutida e a própria busca de informação pelo usuário parte de critérios de independência e personalização.

## Palavras-chave

Mutação; Jornalismo; Notícia; *Fake News*; Convergência.

## Abstract

This article brings the concept of mutation from the biological sciences to journalism and tries to show how the methods of nature can be seen within the field of news. The news would thus be an organism that can be observed in the environment itself and in the conviviality with its correlates, being able to be classified in types or categories according to the characteristics it presents. In this case, the so-called fake news can be framed as a phenomenon of mutation focusing on the news, although it is not news in its strict sense, but is disguised as such to deceive the public. The term mutation in journalism serves not only to understand the changes in the news, but also to analyze the social and media environment. This involves, in the context of newsmaking, the way in which the products are elaborated and the culture that underlies the organization of journalists and traditional journalistic companies, within a context of late postmodernity, where institutions are questioned, the hierarchy of presentation of the data is discussed and the user's own search for information is based on independence and personalization criteria.

## Keywords

Mutation; Journalism; News; Fake News; Convergence.

RECEBIDO EM 08 DE AGOSTO DE 2017  
ACEITO EM 13 DE SETEMBRO DE 2017

<sup>1</sup>Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília – UnB (2007). Pós-doutora pela universidade de Navarra, Espanha. Mestra em Ciência Política pela UNB (1994). Professora da Faculdade de Comunicação (FAC) – UnB. Publicou inúmeras obras, como: Manual do foca: “Guia para a sobrevivência dos jornalistas” (2008) e “Notícia em fragmentos: Análise de Conteúdo no Jornalismo” (2014). Contato: thaismendonca@gmail.com

## Introdução

A notícia, principal produto do jornalismo, está, mais uma vez, sob contestação e suspeita. Embora não sejam um fenômeno recente, entram em cena – alimentadas pelo ambiente digital – as chamadas *fake news*, ou falsas notícias. Seriam as *fake news* notícias? É verdade que o jornalismo segue uma trajetória de transformações por conta de inovações tecnológicas e esse processo, como sabemos, não começou hoje. Nas últimas décadas, após passar pelas etapas de (a) transposição das notícias a espaços na internet – os websites; e (b) pelo desenvolvimento de novos produtos para a tela eletrônica, os veículos impressos, líderes na veiculação de notícias ao público há mais de dois séculos, iniciaram uma nova etapa de mudanças, com as redes sociais e a participação do leitor. Isso obrigou as empresas de mídia, como integrantes de um aparato industrial, a se adaptar a um novo conceito de convergência de meios, em que se unem vários modos de produção, para distintas plataformas, resultando em diferentes conteúdos.

Muitos autores falam em mutação no ambiente midiático sem conceituar o que é mutação. Alguns usam o vocábulo no sentido de "transformação" ou "conjunto de alterações". Pretendemos trazer o conceito das ciências biológicas para o jornalismo, e tentar mostrar como os métodos da natureza podem ser vistos dentro do campo das notícias. A partir desta apropriação, passamos a ver a notícia como organismo passível de ser observado no próprio ambiente e no convívio com os correlatos (os demais gêneros textuais/ jornalísticos, inclusive as *fake news*), podendo ser classificado em tipos ou categorias de acordo com as características que apresenta.

Propõe-se então o termo mutação no jornalismo, não só para compreender as alterações na notícia, como também para analisar o entorno social e midiático. Isso envolve, na moldura da teoria do *newsmaking*, a maneira como os produtos são elaborados e a cultura que subjaz à organização dos jornalistas e das empresas jornalísticas tradicionais, dentro de um contexto de pós-modernidade tardia, onde as instituições são questionadas, a hierarquia de apresentação dos dados é discutida e a própria busca de informação pelo usuário parte de critérios de independência e personalização.

Este artigo examina as mudanças provocadas pelas novas tecnologias no contexto social como um dos elementos da ampla e brusca

revolução que também incide sobre a notícia e os demais produtos do jornalismo. Em analogia com a mutação biológica, o estudo utiliza termos e conceitos da Genética para sugerir uma forma de entender e explicar por que processos passa a notícia ao se transferir para a tela eletrônica, que efeitos isso provoca no produto em si, na maneira de realizá-lo e na compreensão de sua presença na sociedade como um bem simbólico universal. Entende-se, sobretudo, o jornalismo como uma narrativa do presente, na qual é preciso mergulhar para compreender as implicações de todo o fenômeno que o uso das tecnologias digitais está provocando na prática do jornalismo.

Segundo o dicionário inglês Cambridge (2018), *fake news* são "histórias falsas que parecem ser notícias e são difundidas na internet ou em outros meios, criadas para influenciar opiniões políticas ou como piada". O dicionário também alerta que uma preocupação em relação às notícias falsas é sobre seu poder de mudar resultados eleitorais. Outros autores não têm dúvidas em equiparar as *fake news* a boatos, informação falsa ou propaganda disfarçada de notícia autêntica. As notícias falsas podem aparecer isoladamente, como *posts* difundidos em serviços de mensagem instantânea – como o *WhatsApp*, *Telegram* e *Instagram* –, ou sob a forma de websites, numa tentativa de confundir ou convencer pessoas acerca de informações inverídicas relacionadas a candidatos à campanha eleitoral, artistas e personagens notórios, ou até pessoas comuns. Entretanto, para Lins e Silva (2017), *fake news* não é um bom conceito. "A notícia falsa pode ser uma notícia incorreta, mal apurada, mal escrita. Estamos falando aqui é de notícia fraudulenta, intencionalmente produzida com o objetivo de obter algum determinado fim, político ou não", reflete o pensador.

## Mutação no jornalismo

Alguns anos atrás, Fidler (1997, p. XV) viu a ocorrência de mudanças no jornalismo digital como um processo de "midiamorfose", definida como "transformação dos meios de comunicação provocada pela complexa interação de necessidades percebidas, pressões competitivas e políticas, inovações sociais e tecnológicas". No processo central da midiamorfose, cada forma de comunicação, submetida a pressões externas e atingida pelo impacto de inovações tecnológicas, seria afetada por um intrínseco processo de auto-organização. "Assim como as espécies evoluem para melhor sobreviver num ambiente mutante, também as formas de comunicação e empresas de mídia estabelecidas o fazem",

reconheceu Fidler, para quem os novos meios não surgem espontaneamente, porém, emergem da metamorfose dos velhos. Se o ato de vir à luz parece repentino, isso é apenas aparência para quem está de fora: as invenções são, na verdade, gestadas em laboratório durante anos. Sem considerar a midiamorfose uma teoria, mas um “modo de pensar a evolução tecnológica dos meios de comunicação”, o autor (FIDLER, 1997, p. 23-25) propôs que todos os fenômenos envolvidos nesse complexo fossem analisados em conjunto, como partes de um sistema interdependente, a fim de observar as similaridades e relações entre passado, presente e formas emergentes. Esta parece ser uma indicação positiva e é o que seguiremos neste estudo.

Torres e Américo (In: DÍAZ NOCI; SALAVERRÍA ALIAGA, 2003, p. 52-54, 60) falaram em metamorfose comunicativa e estrutural. A primeira se refere aos usos do canal. A estrutura comunicativa da rede é mutante em termos de usuários, canais e mensagens e por isso os traços estruturais, como a interatividade, difíceis de definir, admitem múltiplas leituras: “O jornalista se transforma, na rede, no novo trovador digital”, dizem as autoras, falando de um personagem que disporia de informação sempre no ar, atualizações a toda hora e que teria a possibilidade de participação no processo. O que as autoras chamam de metamorfose estrutural seriam os fluxos de tráfego de informação através da internet. A natureza híbrida da rede teria implicações no consumo e na produção jornalística, sendo responsável por novos formatos e por alterações nos processos de apuração e edição do material.

Sem deixar de levar em conta essas análises, consideramos que o que ocorre em relação à mídia não é uma metamorfose já que, ao contrário da lagarta que se transforma em borboleta porque nasceu para isso, na história das mídias nada indica que elas virarão novos seres. No caso dos produtos midiáticos, eles não portam o germe da transformação nos seus corpos virtuais: só vêm a sofrer mutação porque ela é provocada por fatores externos, que se desenvolvem no próprio contexto em que estão inseridos. Desse modo, também no jornalismo, as velhas formas não morrem – ainda estão em processo de mutação. O que ocorre nesse processo de mudança seria uma mutação real, com fenômenos encadeados: em ambiente de aparente caos, com muita influência externa e fronteiras fluidas, formas estão sofrendo alterações para se adaptar aos novos meios.

Investigando o jornalismo praticado pela indústria cultural, aquele típico do capitalismo avançado, Samária Andrade (2015, p. 112-113) denominou mutações às "grandes transformações em relação ao conceito clássico de jornalismo", notadamente "um jornalismo que tende a ser menos crítico e mais pragmático, menos próximo do conceito de informação relevante e de interesse público, e mais próximo da ideia de entretenimento e prestação de serviços".

Para identificar mutações no jornalismo, Ringoot e Utard (2005, p. 37, 41, 44) dizem que é preciso ter como postulado que ele é homogêneo, o que não acreditam ser verdade. "As mudanças (...) são resultado de uma dinâmica própria à prática jornalística", asseguram, afirmando que os objetos do jornalismo são dispersos a priori e, "paralelamente, a dispersão jornalística apreende a diversidade e a mutação das formas jornalísticas como traços constitutivos modulares, mais que como desvios da norma". Díaz Noci e Salaverría Aliaga (2003, p. 19) consideram que o texto e a bidimensionalidade do suporte papel são "reduções comunicativas" e creem que a comunicação evolui por fases etapas isoladas e independentes. A irrupção de um novo estágio não significaria o rompimento com o anterior; a presença cumulativa de outros fenômenos poderia acrescentar novos modelos culturais.

Ora, todas essas reflexões sobre as transformações no jornalismo nas últimas décadas abordam o tema da transição, com os conceitos aí implicados: o tempo, os câmbios súbitos e as alterações nos sistemas internos de produção de notícias. Abrangem também uma preocupação com a sociedade, cenário e ambiente onde se dão as transformações. Em seu livro "Du papyrus à l'hipertexte. Essai sur les mutations du texte et de la lecture<sup>2</sup>", Vandendorpe (1999, p. 249-250) arriscou-se a fazer previsões num campo mais amplo. Antes da virada do século XX, previu que a mutação na internet iria permitir ao usuário gerir a massa textual e juntar os textos recolhidos na Web "em ambientes significativos", sob a forma de "cadernos virtuais fáceis de ler e manipular". Em tom premonitório, que antecipava o sucesso dos *e-books* e *tablets* nos dias de hoje, o autor dizia que a difusão do texto na rede mundial deveria acentuar ainda mais a ruptura do texto com o autor e o contexto da escrita, "devolvendo sua autonomia e liberdade". Ele já via um crescimento do indivíduo com o que chamava "escritas do eu", consubstanciando-se no retorno à subjetividade na escrita, perdida desde que as pessoas deixaram de escrever diários

---

<sup>2</sup> Do papiro ao hipertexto. Ensaio sobre as mutações do texto e da leitura (tradução nossa).

domésticos, agora recuperada com os aplicativos de mensagens instantâneas, as redes sociais e os blogs. Vandendorpe anteviu uma preponderância da forma sobre o conteúdo, onde a linguagem seria mera coadjuvante para as imagens. O autor refletia sobre uma “coexistência dinâmica de meios” – o que hoje batizamos de convergência midiática – culminando no nascimento de novos objetos de leitura e novas formas de expressão.

Examinamos neste artigo o conceito de mutação na Biologia, apontamos padrões, classes e categorias possíveis de mutação e, no curso desta reflexão, investigamos e exploramos a possibilidade de empregar o termo mutação na definição de gêneros jornalísticos, bem como no esclarecimento dos processos de produção da notícia e nas alterações da cultura organizacional, dentro da indústria informativa, num entorno globalizado. Poderíamos dizer que a "teoria" da mutação no jornalismo é capaz de explicar até o recrudescimento de *fake news* nos dias de hoje, como uma decorrência e uma extensão do conceito aplicado à contemporaneidade.

## **Notícia, organismo vivo**

“Mutações é uma repentina e aleatória mudança no material genético de uma célula, podendo provocar diferenças nela e em outras células derivadas dela, em aparência ou no comportamento em relação ao tipo normal” (CONCISE DICTIONARY..., 1990, p. 161). Um organismo afetado por uma mutação é chamado de mutante. Mutações seria a alteração permanente de um ou vários caracteres hereditários, que surge de maneira espontânea ou provocada por vários agentes, podendo ocasionar perda ou adição de elementos ao corpo original do indivíduo. Pode ser uma “mudança de extensão restrita ou moderada, que representa uma fase típica na evolução gradual de um organismo”. Mutações acontecem espontaneamente na natureza e são resultado de um processo de milênios. Também podem ser induzidas (EHRlich; HOLM; PARNELL, 1974). Numa mutação, ocorreriam mudanças: a) no estado (sólido, líquido, gasoso); b) na composição (substâncias e produtos); c) nas propriedades (características de cor, cheiro e solubilidade); d) na energia (energia é a capacidade de fazer o trabalho). Em nossa hipótese principal, a notícia é um produto cultural vivo, cujo DNA teria começado a se formar ainda na pré-história. Seu DNA é a informação, cujos elementos básicos (os cromossomos) seriam os fatos. A

mutação da notícia do papel para o ambiente virtual teria derivado, nesta hipótese, primeiro do hipertexto (HT) e de toda a revolução tecnológica que permitiu unir em rede textos sequenciados, acompanhados de imagem e de som, para uso múltiplo e comum. O HT foi a peça central nesse processo de mudança que atingiu a notícia e alterou-lhe a aparência, os valores, o modo de produção e transmissão das informações, permitindo a interatividade e a multimídia.

A notícia teria começado no jornalismo oral, com os primeiros relatos do homem das cavernas – antes ou depois dos desenhos na pedra. Propagou-se com os pregadores e jograis, desenvolveu-se no jornal impresso e veio encontrar a tecnologia da informação e das comunicações. Seria o texto na internet mais uma mutação da escrita – como viu Chalus (In: FEBVRE; MARTIN, 1992, p. 9-10<sup>3</sup>) -, dando sequência às transformações que começaram na Grécia, evoluíram com o suporte papiro/ pergaminho/papel, adequaram-se às formas de impressão, e chegaram à tela do computador? No caso do presente estudo, desdobramos a pergunta: estaria a notícia no meio digital sofrendo mais uma mudança, em seguimento à mutação dos processos de transmissão de informações ao longo do tempo? Naturalmente, não foi apenas a forma física que se modificou, como também o meio social, os atores e os processos culturais atuaram sobre ela, fazendo com que alterações tenham sido absorvidas pelo corpo de origem, e a notícia como forma de transmissão, comunicação, conhecimento seja hoje bem diferente do tempo das cavernas.

## **A má notícia e a notícia falsa**

Nos primeiros séculos depois de sua invenção, os jornais ofereciam textos opinativos, interpretativos: os episódios eram analisados à luz de tendências ou linhas de pensamento defendidas pelos intelectuais, dentre eles os jornalistas. A burguesia emergente precisava de meios para divulgar suas ideias, a ideologia de livre iniciativa e os pressupostos liberais. Enquanto a Revolução Industrial modernizava as máquinas, proporcionando o aumento das tiragens no caso dos periódicos e atraindo a população do campo para as cidades, uma grande pressão elevou a demanda pela alfabetização. Assim, a imprensa evoluiu do sensacionalismo (a então chamada *yellow press*, a *penny press* norte-americana) – para um ideal de imparcialidade, objetividade, veracidade –,

---

<sup>3</sup> Chalus compara a invenção da escrita às “emergências” dos biólogos e indaga: “Essa transformação do manuscrito em livro impresso não será uma outra ‘mutação’?”

princípios herdados do realismo (nas Belas Artes e na Literatura) e do positivismo que, junto com a defesa de uma imprensa livre, se espraíram pelo mundo.

O sensacionalismo pode ser definido como o “jornalismo das sensações” ou o tipo de texto que explora as emoções humanas, chegando mesmo a extremos. Grande parte da chamada imprensa sensacionalista ou popular vive dos títulos chamativos, que apela mais aos nervos que à racionalidade de possíveis leitores que se deixam impressionar pelo binômio sangue e sexo. O conteúdo desses veículos costuma ser qualificado pelas pessoas comuns como “má notícia”.

São, em geral, notícias que partem de dois dos mais fortes valores-notícia mapeados pela teoria do jornalismo: morte e gênero. O valor-notícia é um conjunto de características que desperta a atenção, provoca o interesse ou confere relevância a determinados fatos (BRIGHTON; FOY, 2007). Pode-se dizer que os valores-notícia atingem o público pelas emoções, mas são eles que ajudam na seleção dos fatos; fazem parte do “ritual estratégico” dos jornalistas (TUCHMAN, 1978, p. 41), para tornar mais ágil e eficaz a seleção, edição e publicação; e, afinal, são eles que regem as pautas e o trabalho de apuração do repórter em campo. Porém, Gans (2004, p. 39) diz que “como outras disciplinas empíricas, a notícia não se limita a fazer julgamentos da realidade; ela também contém valores, afirmativas preferenciais (...) Por baixo das notícias, há uma figura de nação e de sociedade ideal”. O que para os leitores é uma “má notícia”, para a imprensa capitalista e tomando-se a notícia como mercadoria que é vendida todos os dias, não o é. Má notícia vende.

### Trajetória das *Fake News*

Se má notícia vende, vende mais ainda na internet, quando se combina com outros valores-notícia como impacto e proximidade, mais ainda quando envolve algum personagem famoso (valor-notícia notoriedade). E aqui passamos a abordar uma outra categoria de “notícia” que se vale de características da rede mundial de computadores – como a efemeridade, a não-identificação de autores e o grande poder de amplificação das mensagens – para se difundir: são as chamadas *fake news*. Notícias falsas são um tipo de informação veiculada em formato de notícia (ou propaganda) e distribuída em sites e nas mídias sociais. *Fake news* é um neologismo que se espalhou e designa o conteúdo

propositadamente enganoso, e que se vale do formato notícia para influenciar pessoas.

Em 1772, o reverendo Henry Bate fundou na Inglaterra o jornal *The Morning Post*, em sua maior parte, feito de notícias falsas. Em 1784, esse jornal divulgou a notícia inverídica de que um prostituto prestava serviços a Maria Antonieta: "A rainha francesa tem afeição pelos ingleses. De fato, a maioria de seus favoritos procede desse país; mas quem mais prefere é o senhor W. É sabido que esse cavalheiro tinha sua carteira vazia quando chegou a Paris e, no entanto, agora leva uma vida cheia de elegância, bom gosto e moda. Mantém suas carruagens, seus uniformes e sua mesa sem economizar gastos e com todo o esplendor" (DARNTON, 2017).

Depois de uma trajetória em Roma e em Paris, a produção de notícias falsas ou comprometedoras da reputação de outrem dominou Londres, no século XVIII, fazendo com que os jornais aumentassem a circulação: era a explosão dos tabloides. Segundo Darnton (2017), em 1788 a cidade tinha 10 jornais diários, nove semanários e oito que saíam três vezes por semana. As notícias muitas vezes não passavam de um parágrafo. "Os homens do parágrafo se inteiravam das fofocas nos cafés, escreviam algumas frases em um papel e o levavam aos impressores (...) Alguns gazeteiros recebiam dinheiro pelos parágrafos". Outros se divertiam em manipular a opinião pública, como hoje.

No abalo sísmico no México, em setembro de 2017, um surto de *fake news* eclodiu durante as escavações para encontrar sobreviventes na Escola Enrique Rebsamén. Jornais locais divulgaram informações de que haveria uma menina de 12 anos, que se chamaria Frida Sofía (2017), entre os escombros, e que ela teria mexido a mão e pedido água. Alguns dias depois a Marinha mexicana foi obrigada a se desculpar e desmentir a notícia. Assim como Monchito, personagem inventado durante o terremoto do México de 1985, Frida Sofía nunca existiu. Recentemente, a vereadora carioca Marielle Franco<sup>4</sup>, morta em atentado no Rio de Janeiro, sofreu uma série de imputações à sua honra pelas redes sociais, inclusive com fotos falsificadas. Muitas pessoas acreditaram no conteúdo divulgado e o replicaram.

A má notícia e a *Fake news* estão colocadas lado a lado porque, em geral, as notícias falsas se referem a fatos negativos a respeito de alguém ou a acontecimentos que não se passaram em realidade. Entretanto,

---

<sup>4</sup> A parlamentar foi assassinada a tiros no bairro do Estácio, em circunstâncias misteriosas, no dia 18 de março de 2018.

ninguém duvida de seu potencial de estrago. Empresas como o Google e *Facebook* vêm sendo acusadas de facilitar a disseminação de notícias falsas. O Google bloqueou conteúdo falso de sua rede e o Facebook tem anunciado um grande esforço para identificar esse material (LEVIN, 2017). Tanto as más notícias quanto as notícias falsas colocam questões deontológicas aos jornalistas da pós-modernidade, fazendo com que voltemos às antigas definições de notícia. O que é notícia, em um tempo em que os usuários chegam a elas por ferramentas de busca, a leem em sites de mídias sociais ou a recebem em seu celular?

Nosso ponto de vista é o de que as mudanças no conceito, na forma de encarar e se relacionar com a notícia podem ser incluídas num mesmo complexo. A mutação no jornalismo seria um fenômeno que se manifesta de forma súbita tendo por trás um desenvolvimento sub-reptício para o qual concorre uma multiplicidade de fatores, dentre eles os fatores tecnológicos e sociais. O jornalismo não é uma atividade que siga uma linearidade na história, mas a notícia, principal produto do jornalismo, seria o corpus onde a mutação pode ser melhor observada. Por sua própria natureza como objeto construído a partir da realidade, ela acompanha o contexto social, histórico, político e econômico e se submete ao *environment*.

A noção de mutação se aproxima dos estudos sobre o comportamento de seres vivos complexos em meio a processos de câmbio. As espécies vivas evoluem para sobreviver aos ambientes. Assim também a notícia e seus subgêneros. Alguns desaparecem – como o ancestral artigo de fundo –, outros transmutam-se, ou seja, formam novas espécies por meio de outras, e mostram interessante capacidade de sobrevivência, como os folhetins, transformados em séries e novelas de TV. Outros gêneros estão surgindo, causados por novas mutações: a extinção completa das edições em papel e a integração das redações.

## **Como reconhecer a mutação**

Como reconhecemos uma mutação? Segundo nossa hipótese, podemos registrar a mutação no mundo mesmo que estamos vivendo: a notícia se adapta ao meio cibernético. Usando o parâmetro da Biologia, uma mutação se reconhece quando somos capazes de observar: 1) como se modificam as propriedades, a composição, a apresentação do produto; 2) como se alteram as expectativas na inter-relação com o público; e 3) como mudam os valores envolvidos. Ou seja, de que modo acontecem as

alterações: a) no estado; b) na composição (novos produtos); c) nas propriedades (características); d) na energia (capacidade de realizar o trabalho).

O texto jornalístico no meio digital, como gênero específico dos cibermeios, continua a ter a notícia como pilar importante. Com a chegada das tecnologias da informação e da comunicação, todo o contexto socioeconômico foi objeto de uma transformação significativa –, que incidiu sobre o discurso periodístico, tendo nos produtos midiáticos a prova mais cabal. Uma mutação verdadeira teria se dado, por exemplo, quando veículos deixaram a fase de *shovelware* (transposição de conteúdos) e passaram a ser formatados especialmente para a rede, e quando a imprensa tradicional começou a criar produtos específicos para o espaço virtual. Os gêneros jornalísticos não alcançaram a internet pura e simplesmente sem modificações. Todos eles – desde a nota comum até a pirâmide invertida – passaram por uma mudança vertical, completa e radical, convertendo-se em dígitos e oferecendo outras maneiras de acesso às informações, por meio do hipertexto.

Ainda obedientes à nossa analogia com as Ciências Naturais, podemos esboçar alguns padrões por meio dos quais a mutação no jornalismo se verificaria. De acordo com o padrão e as características da mudança, a mutação pode ser real ou não. Por exemplo, a mutação é verdadeira quando a transformação é visível: novos gêneros, como novas formas de entrevista e flashes, que saltaram da TV para as telas de notícias. De outro lado, uma falsa mutação acontece quando há mudança de um campo para outro, sem alterar características, no caso do meio impresso que transporta conteúdo à internet, ou usa conteúdo idêntico em outra plataforma. Não houve uma mutação verdadeira, mas mera transposição.

Entre as mutações verdadeiras, imaginamos algumas categorias ou classes de mutação:

- a) mutação social – implica uma nova relação com o público. A notícia passa a ser buscada na tela, o público envia relatos. A notícia nas redes sociais é uma importante mutação social que acontece hoje, mas como é sujeita à sociedade, pode mudar de novo, não se podendo prever quando haverá uma próxima mutação;
- b) mutação pontual – é resultado de uma alteração localizada, por exemplo, na adoção do modelo da pirâmide invertida e na apresentação gráfica da notícia;

c) mutação categórica – é uma mutação radical e pode implicar mudanças culturais; ocorre no ambiente das redações, com o novo *modus faciendi*.

No passado, a notícia era uma espécie de produto de propriedade exclusiva dos trabalhadores em comunicação, os jornalistas. Eles selecionavam o tipo de informação a ser veiculada, empacotavam-na de acordo com um código de apresentação (e de ética), e comercializavam o produto como o melhor para o leitor. Atualmente, experimenta-se mais um tipo de jornalismo: o jornalismo participativo, que transforma a antiga relação hierárquica dos *newsmakers* com a informação. E não só neste ponto o texto da notícia registrou modificações: também na maneira de “ir ao ar”, de mostrar-se conforme a vontade do público. Além disso, mutações internas, não-previstas, atingiram o gênero textual em si e a forma da notícia nos sites, blogs, no Twitter e no Facebook, e nos telefones celulares.

Podemos acrescentar mais um tipo de mutação, a mutação convergente, que observamos em duas ocasiões: a) nos informativos para dispositivos móveis (*tablets* e *smartphones*), que a rigor não podem se enquadrar no critério de jornal tradicional; e b) nas *fake news*. Enquanto os primeiros utilizam as características do suporte –, geolocalização, taticidade –, para se amoldar ao leitor, as notícias falsas, de um certo modo, empregam idêntico mecanismo: fazem-se passar por notícias para seduzir o usuário. Desse modo, a mutação convergente da Genética tem seu exemplo também no território do jornalismo. Ela acontece quando um ser imita outro. Entretanto, na natureza, isso acontece geralmente para fins de sobrevivência.

## **Desafios para a mídia e a sociedade**

Giner (ERBSEN et al., 2013, p. 108-9) alinhou três desafios para as organizações jornalísticas hoje: 1) evoluir de empresas monomídia para turbinas de informação; 2) promover a integração de redações; e finalmente 3) “repensar e reinventar os modelos editoriais dos produtos impressos para se adaptar à nova paisagem multimídia”. Essas são tarefas, alertou Giner, que envolvem todos os jornalistas de um veículo, pois eles têm que refletir primeiro sobre seu papel na engrenagem. Para ilustrar o que os usuários querem da indústria informativa, o autor usou uma metáfora vigorosa: “Eles estão bebendo informação diretamente da

mangueira, mas o que querem de nós é o ‘jornal do dia seguinte’ (*day after newspaper*) – numa taça de champanhe”. Assim Giner traduziu o desejo dos leitores por “atraentes pacotes informativos multimídia”.

As pitonisas midiáticas acertaram ao sinalizar uma espécie de mutação no modo de consumir notícias, provocadas por alterações no comportamento dos leitores. Só erraram ao imaginar que esses leitores voltariam ao “passado analógico” de forte ligação com os meios de comunicação tradicionais. Não há fidelidade no mundo digital. Arrese (in ORIHUELA, 2012, p. 47) aplicou a teoria darwiniana da evolução ao percurso do papel ao virtual e identificou fenômenos de “desaparição” e “sobrevivência” entre os novos e velhos meios, entre os modelos de negócio tradicionais e modelos de negócio digitais.

Segundo Arrese, “essa espécie de seleção natural pela qual o novo substitui o antigo – ou ao menos o que não se adapta às novas regras – é o que permite falar de ‘midiassauros’, de novos ecossistemas informativos ou de ‘evolução’ nos sistemas midiáticos”. O autor agrega a essa ideia o conceito de síntese de Hegel, que defende como “tão potente quanto o de Darwin de evolução” para entender o atual impasse a que estão submetidos os *medium*. De acordo com Hegel, “nos processos de desenvolvimento e câmbio, cada novo estado surge como solução das contradições inerentes ao movimento anterior”. As mudanças aconteceriam pela resolução de fenômenos que agem no circuito de tese (revolução), antítese (conflito) e síntese (estado).

## Conclusões

Salaverría (2006, p. 147-154) afirma que no ciberjornalismo, as notícias têm o papel de protagonistas – “Não há jornalismo sem notícias”. Encontrar-se-iam, porém, condicionadas pelo novo contexto digital. Os gêneros jornalísticos (reportagem, nota, notícia, etc.) continuam a cumprir as funções tradicionais: atuam como modelo para quem escreve e como horizonte de expectativas para quem lê. Avançando, podemos indagar: qual é o modelo ao compor uma notícia para um *blog*, *website*, *smartphone* ou *tablet*? O que pode esperar o usuário? Pelo fato de ainda não termos um modelo consolidado nem um contrato de leitura (ou consumo) virtual, o novo meio se apropria dos padrões antigos, os absorve, os converte ou os recicla e os subverte, como é o caso das notícias falsas.

Este artigo tentou ver as mudanças causadas pela tecnologia na sociedade dentro do contexto da revolução digital que atinge a notícia e o

jornalismo, como profissão produtora de conteúdos simbólicos. Também foram ensaiadas categorias para classificar as alterações, na hipótese de que esses seriam fenômenos possivelmente ligados a uma mutação na notícia. Utilizando os termos da Genética, sugerimos uma forma de entender a notícia, quando ela se transfere à tela digital. Vimos a mutação como uma ocorrência que se manifesta de forma rápida, porém derivando de todo um desenvolvimento anterior. No corpo da notícia poderiam ser observadas reações que advêm das mudanças tecnológicas. Pela própria natureza do produto-notícia, ele acompanha o contexto social, histórico, político e econômico e reflete as mudanças no ambiente.

Por consequência, se tomarmos a mutação como fenômeno que atua também sobre o jornalismo, indícios apontariam para novas alterações nos dias atuais:

- alteração repentina: introdução dos smartphones, invenção do iPad, pressupondo vários processos anteriores;
- envolvimento afetivo: o cenário, o entorno de mudanças chega até o social;
- influência na vida dos usuários: o público se mostra sensível às mudanças no jornalismo, para o bem ou para o mal;
- geração de novos produtos: para atender à clientela, a comunicação se desdobra em múltiplas formas, juntando som e imagem, recursos de geolocalização e de customização;
- câmbio cultural: com a velocidade da interconexão, não apenas o modo de produzir a notícia muda, como ainda a maneira de consumi-la;
- estrutura da notícia: o corpo e a apresentação sofrem alterações estruturais, mas não a essência do jornalismo, que é informar, lutar pelo direito à informação como quesito democrático.

O uso que está sendo feito dos aparelhos celulares e tabletas eletrônicas como instrumento de consumo de notícias nos aponta que estaria em curso uma nova mutação verdadeira, prevendo grande transformação no produto jornalístico apresentado nessas plataformas num futuro que já está presente. Todavia, pode-se ver que a indústria de notícias está se preparando para implantar um relacionamento com os usuários que foge à ideia de gratuidade que vigorou na primeira fase da

internet e deve abandonar em breve a falsa mutação do mero transporte de conteúdo para outras plataformas, partindo para novos produtos pagos.

E isso pode implicar uma *mutação social* no que diz respeito ao público, como também uma *mutação categórica* no modo de fazer jornalismo, com câmbios nas rotinas produtivas que terão muito a ver com modernos conceitos de gestão da empresa informativa, onde as redações deverão funcionar como unidades processadoras de informação para uma plateia cada vez mais exigente e cidadã. No bojo desta revolução, viriam várias alterações permanentes (reportagens audiovisuais como *Snow Fall*<sup>5</sup>, baseadas em novas narrativas transmídias); espontâneas (guiadas pelo desejo do público segmentado); restritas ou moderadas (novos gêneros).

Ao mesmo tempo, algumas das mutações secundárias já podem ser sentidas em nosso dia a dia. O jornalista parece estar se transformando cada vez mais no "trovador digital" mencionado por Torres e Américo. A notícia não precisa mais ser comprada na banca da esquina, o que gera consequências físicas – caminhamos menos – e sociais: não temos que nos relacionar com ninguém, nem dar "bom dia", para captar "as novas", o que altera o "ambiente de serviços" de que falava McLuhan. Também seria uma mutação secundária, embora extremamente importante, a volta à oralidade e à portabilidade do relato noticioso em dispositivos móveis, o que ocasionará novas mutações culturais.

Segundo Darwin (2000), a evolução envolve três etapas: a) o DNA de um organismo muda ou sofre mutação; b) se a alteração trazer benefícios ao organismo, ele se reproduzirá e a mutação será multiplicada; c) à medida que mutações acontecem, novas espécies são formadas. Em nossa hipótese, vimos como a notícia sofre mutações históricas e sociais ao longo do tempo; algumas dessas alterações tendem a provocar mudanças no corpo da notícia, como é o caso da notícia na tela digital. Outras espécies podem desaparecer por um mecanismo de "seleção natural"; novos gêneros jornalísticos já estão surgindo a partir das mutações verificadas desde que a notícia se transportou aos cibermeios. Num terreno minado por produtos que se fazem passar por notícias, identificá-las é um trabalho que se torna urgente no currículo de educação midiática ou educação para a mídia. No jornalismo –, como prática e como

---

<sup>5</sup> A famosa reportagem do New York Times de 2012 ficou conhecida como um modelo de multimídia. BRANCH, J. Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek. The New York Times, 2012. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>>. Acesso em: 12 out. 2017.

profissão –, as mudanças poderão ser ainda mais intensas nos próximos anos.

## Referências

- ANDRADE, Samária Araújo de. **Jornalismo em mutação**. Estudo sobre a produção de conteúdo na fase do capitalismo avançado. Teresina: Edufpi, 2015.
- ARRESE, Ángel. **(R)evolución digital**. Darwin o Hegel. In Orihuela, José Luis. 80 claves sobre el futuro del periodismo. Madri: Anaya, 2012.
- BRANCH, John. Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek. **The New York Times**, 2012. Disponível em:  
<<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>>. Acesso em: 12 out. 2017.
- BRIGHTON, Paul; FOY, Dennis. **News Values**. London: Sage, 2007.
- CAIRO, Alberto. In Orihuela, José Luis. Las cosas que no cambian. In: **80 claves sobre el futuro del periodismo**. Madri: Anaya Multimedia, 2012.
- CAMBRIDGE English Dictionary. **Fake news**. Cambridge: Cambridge University Press. Disponível em:  
<<https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/fake-news.>>. Acesso em: 28 set. 2017.
- CHALUS, Paul. Apresentação à edição francesa. In FEBVRE, Lucien; MARTIN, Henry-Jean. **O aparecimento do livro**. São Paulo: Umesp/ Hucitec, 1992.
- CONCISE Dictionary of Biology. Mutation. **Oxford**: Oxford University Press, p. 161, 1990.
- DARNTON, Robert. **A verdadeira história das notícias falsas**. Disponível em:  
<[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536\\_863123.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html)>. Acesso em: 30 ago 2017.
- DARWIN, Charles. **A origem das espécies e a seleção natural**. Curitiba: Hemus, 2000.
- DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (coords.) **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- EHRlich, Paul; HOLM, Richard; PARNELL, Dennis. **The Process of Evolution**. New York: McGraw Hill, 1974.
- ERBSEN, Claude; GINER, Juan; SEÑOR, Juan; TORRES, Marta. **Innovations in Newspapers World Report 2013**.
- FEBVRE, Lucien. **O aparecimento do livro**. Apresentação à edição francesa. São Paulo: Umesp; Hucitec, 1992.
- FIDLER, Roger. **Mediamorphosis**. Understanding New Media. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997.

'FRIDA SOFÍA' faz México reviver drama 'inventado' de menino soterrado no terremoto de 1985. **BBC**, 22/9/2017. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/internacional-41356181>>. Acesso em: 22 set. 2017.

GANS, Herbert. **Deciding What's News**. Evanston, Illinois (EUA): Northwestern University Press, 2004.

GINER, Juan. The "day after newspaper". In Erbsen, C.; Giner, J.A.; Señor, J.; Torres, M. **Innovations in newspapers world report 2013**.

LEVIN, Sam. *Facebook promised to tackle fake news*. But the evidence shows it's not working. **The Guardian**, 16 mai. 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2017/may/16/Facebook-fake-news-tools-not-working>>. Acesso em: 30 ago 2017.

MANUÍLA, Alexandre. **Dicionário Médico Medsi**. Rio de Janeiro: ed. Médica e científica, 2003.

ORIHUELA, José Luis. **80 claves sobre el futuro del periodismo**. Madri: Anaya Multimedia, 2012.

RINGOOT, Roselyne; Utard, Jean-Michel (dir.) **Le journalisme en invention**. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs. Rennes (França): Presses Universitaires, 2005.

SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. **Redacción periodística en internet**. Pamplona (Espanha): Universidad de Navarra, 2006.

SANTO CAOS. CJR Brasil. **News Literacy no Brasil**. Relatório de evento, set. 2017.

TORRES, Elvira García; AMÉRIGO, María José Pou. Características de la comunicación digital. In Díaz Noci, Javier; Salaverría Aliaga, Ramón. (coords.) **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003, p. 49-79.

TUCHMAN, Gay. **Making News**. A Study in the Construction of Reality. New York/ London: The Free Press, 1978.

VANDENDORPE, Christian. **Du papyrus a l'hypertexte**. Essai sur les mutations du texte et de la lecture. Paris: La découverte, 1999.

WEBOPEDIA. *Fake news*. Disponível em: <<https://www.webopedia.com/TERM/F/fake-news.html>>. Acesso em: 28 out. 2017.