

Erro jornalístico ou *fake news*? Tensões técnico-conceituais no ecossistema digital

Journalistic error or *fake news*? Technical-conceptual tensions in the digital environment

Lívia de Souza Vieira¹, Rogério Christofolletti²

1 Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Doutora e mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Editora da newsletter Farol Jornalismo. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8862-0527>. E-mail: liviasvieira@gmail.com.

2 Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Pesquisador do CNPq. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1065-4764>. E-mail: rogeriochristofolletti@gmail.com.

Resumo:

Esforços conceituais em torno da expressão *fake news* têm enfatizado seu caráter intencional, distinguindo-a do processo jornalístico. Essa tentativa de estabilizar o conceito tensiona com a realidade, na medida em que erros jornalísticos também podem ocorrer de forma deliberada. A partir de dois casos ilustrativos — a notícia do “Brasil inabitável em 50 anos” e o “vídeo do encontro de Pablo Marçal com Trump” —, este artigo identifica falhas no processo de correção de erros por parte de veículos jornalísticos digitais de diferentes regiões do país, linhas editoriais, grupos empresariais e alcance em termos de audiência. Observando a prática profissional, o objetivo é discutir as tensões técnicas e conceituais que envolvem procedimentos relacionados à correção de erros e à desinformação, de modo a contribuir com a compreensão do ecossistema midiático contemporâneo.

Palavras-Chave:

correção de erros; crítica de mídia; desinformação; ética jornalística.

Abstract:

Conceptual efforts around *fake news* have emphasized its intentional nature, distinguishing it from the journalistic process. This attempt to stabilize the concept is at odds with reality, as journalistic errors can occur intentionally. Based on two illustrative examples—the news story “Brazil will be uninhabitable in 50 years” and the “video of Pablo Marçal’s meeting with Trump”—this article identifies flaws in the error correction process by digital news outlets from different regions of the country, editorial lines, business groups, and audience reach. Examining professional practice, the objective is to discuss the technical and conceptual tensions surrounding error correction and disinformation, thereby contributing to an understanding of the contemporary media ecosystem.

Keywords:

Error correction, media criticism, disinformation, journalistic ethics.

Erros jornalísticos e armadilhas editoriais

“Brasil pode ficar inabitável em 50 anos”. Com pequenas variações, esse foi o título escolhido por pelo menos 12 veículos jornalísticos brasileiros, em uma notícia de julho de 2024, que creditava a trágica previsão a um estudo da Nasa, a agência espacial norte-americana. A lista dos sites jornalísticos que noticiaram a pesquisa é diversa, abarca diferentes regiões do país e linhas editoriais (ver Quadro 1). Uma matéria do *Núcleo Jornalismo*³ foi a fundo na apuração e ironizou: “Em 50 anos o Brasil estará habitável, mas talvez sem jornalismo”. Em síntese, o estudo citado é de 2020 e foi distorcido, transformando-se em uma peça de desinformação, apta à classificação de “caça-cliques”, que pode ser entendida como todo tipo de chamada com viés atrativo e mercadológico, com o intuito de gerar uma proporção ou quantidade maior de cliques. Trata-se, portanto, de uma estratégia para inflar artificialmente a audiência, questionável do ponto de vista ético.

O jornal *O Globo* foi o primeiro a publicar a nota, no dia 21 de julho de 2024. Rapidamente, a informação se espalhou e, com diferentes assinaturas e complementos — ou seja, a fonte não é uma agência de notícias —, virou um relato tão ubíquo e aparentemente verdadeiro a ponto de ser considerado, no senso comum, como um fato. E veio das redes sociais o desmentido. Tanto a matéria do *Núcleo* quanto a coluna de Reinaldo José Lopes, na *Folha de S.Paulo*⁴, creditam a verificação à geógrafa e doutoranda em Climatologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Karina Lima. Em um fio no X⁵, três dias após a primeira publicação, a pesquisadora informou que o estudo era de 2020 (algo que não é um problema em si, mas que não foi mencionado por nenhum dos veículos jornalísticos, gerando a sensação de se tratar de um estudo recente) e reforçou o fato de que o Brasil sequer é citado nele. O autor da pesquisa apenas mencionou o Brasil em 2022, em uma entrevista no site da Nasa, mas não houve avaliação detalhada do território brasileiro que justificasse o ângulo dado nas publicações.

3 Disponível em: <https://nucleo.jor.br/linhafina/2024-07-29-em-50-anos-o-brasil-estara-habitavel-mas-talvez-sem-jornalismo/>. Acesso em 17 fev. 2025.

4 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/reinaldojoselopes/2024/07/brasil-vai-ficar-inabitavel-telefone-sem-fio-jornalistico-falseia-complexidade-climatica.shtml>. Acesso em 17 fev. 2025.

5 Disponível em: <https://x.com/KariLimaX/status/1816098192401797609>. Acesso em 17 fev. 2025.

Quadro 1: A notícia “Brasil pode ficar inabitável em 50 anos” em 12 sites jornalísticos

Site de notícias	Data	URL da matéria	Assinatura	Hiperlink para o estudo da Nasa?	Corrigiu o erro?
O Globo	21/7/2024	https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2024/07/21/estudo-da-nasa-aponta-brasil-como-um-dos-cinco-lugares-do-planeta-onde-nao-sera-possivel-viver-daqui-a-50-anos.ghtml	Por O Globo	Não	Não
CNN Brasil	23/7/2025	https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/areas-do-brasil-podem-ficar-inabitaveis-em-50-anos-segundo-estudo-da-nasa	Da CNN	Não	Não. No final da notícia, há um aviso de que o texto foi gerado por IA e a informação de que “o texto final também passa pela revisão da equipe de jornalismo da CNN”.
Exame	-	https://exame.com/brasil/estudo-da-nasa-aponta-que-brasil-pode-ficar-inabitavel-em-50-anos-entenda	-	-	A notícia foi excluída do site.
UOL	23/7/2024	https://noticias.uol.com.br/meio-ambiente/ultimas-noticias/redacao/2024/07/23/nasa-brasil-inabitavel-em-ate-50-anos.htm	Colaboração para o UOL	Sim	Sim, com o seguinte texto, ao final da notícia: “Diferentemente do que foi informado, o artigo feito pela Nasa foi publicado em 2020”.
Metrópoles	22/7/2024	https://www.metro-places.com/brasil/brasil-pode-se-tornar-inabitavel-e-incompativel-com-a-vida-em-50-anos	Giovanna Estrela	Não	Não

GZH	22/7/2024	https://gauchazh.clicrbs.com.br/ambiente/noticia/2024/07/brasil-pode-ficar-inabitavel-em-50-anos-devido-ao-calor-extremo-aponta-estudo-da-nasa-clyx46xs003d0143537rmnjy.html	Zero Hora	Não	Não
O Antagonista	23/7/2024	https://oantagonista.com.br/brasil/calor-excessivo-pode-tornar-brasil-inabitavel-em-50-anos-alerta-estudo-da-nasa	Redação O Antagonista	Não	Não
Canaltech	22/7/2024	https://canaltech.com.br/meio-ambiente/estudo-da-nasa-indica-riscos-do-aumento-da-temperatura-do-bulbo-umido-no-planeta/	Fidel Forato, editado por Luciana Zaramela	Não	Sim. O texto a seguir foi inserido no segundo parágrafo da notícia: “CORREÇÃO: ao publicar esta reportagem, o Canaltech errou ao informar no título que o Brasil será inabitável em 50 anos. O estudo da NASA aponta os riscos da elevação da temperatura do bulbo úmido para o planeta, focando nos desafios que serão enfrentados na Ásia e no Golfo Pérsico, e não cita o Brasil diretamente. A informação foi corrigida dia 30 de julho, às 14h30”.
Estado de Minas	22/7/2024	https://www.em.com.br/ciencia/2024/07/6903524-brasil-pode-ficar-inabitavel-em-50-anos-diz-estudo-da-nasa.html	Maria Dulce Miranda	Não	Não

Mídia Ninja	22/7/2024	https://midianinja.org/relatorio-da-nasa-preve-que-brasil-deve-ficar-inabitavel-dentro-de-50-anos-por-conta-de-calor-excessivo	Por Casa NINJA Amazônia	Não	Não
Diário do Nordeste	22/7/2024	https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/estilo-de-vida/meio-ambiente/estudo-da-nasa-indica-que-nordeste-e-grande-parte-do-brasil-pode-ficar-inabitavel-em-50-anos-1.3537251	Redação	Não	Não
IG	22/7/2024, atualizada em 25/7/2024	https://ultimo-segundo.ig.com.br/meioambiente/2024-07-22/brasil-esta-entre-os-5-lugares-que-podem-se-tornar-inabitaveis-em-50-anos--diz-nasa.html	Por iG Último Segundo	Sim	A matéria foi reescrita com as informações corretas, incluindo mudanças no título. Mas não há nenhum aviso de correção ou errata.

Fonte: elaboração dos autores.

Como mostra o Quadro 1, dos 12 veículos jornalísticos que divulgaram a informação incorreta, apenas dois publicaram correções — embora a do *UOL* seja incompleta, pois o problema do relato não é só a data do estudo. O *Canaltech* foi o único veículo que, de fato, corrigiu o erro de maneira assertiva, apesar de fazer isso oito dias após a publicação da informação original. O site da *Exame* simplesmente excluiu a nota, em vez de corrigi-la. E o *IG* atualizou toda a matéria três dias depois, mas sem nenhuma menção ao erro cometido. Embora todos tenham citado o estudo, apenas os dois que corrigiram as informações deram aos leitores a oportunidade de acessar a pesquisa completa, por meio de hiperlink. Os sites do *Estadão*⁶ e *G1*⁷ — que não publicaram a nota incorreta — entrevistaram especialistas, dois dias depois, informando que o estudo não diz que o Brasil ficará inabitável em 50 anos.

6 Disponível em: <https://www.estadao.com.br/ciencia/brasil-inabitavel-clima-nasa-aquecimento-global-nprm>. Acesso em: 17 fev. 2025.

7 Disponível em: <https://g1.globo.com/meio-ambiente/noticia/2024/07/25/especialistas-dizem-que-estudo-da-nasa-nao-diz-que-brasil-vai-ficar-inabitavel.ghtml>. Acesso em: 17 fev. 2025.

O *coach* e candidato à prefeitura de São Paulo em 2024, Pablo Marçal, divulgou um vídeo em suas redes sociais em que aparece ao lado do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, um dia após a posse do republicano⁸. Marçal pede para a América “salvar o Brasil”, ao que Trump responde: “Brasil, nós gostamos do Brasil”. A *Folha de S.Paulo* foi o primeiro veículo a repercutir a publicação, afirmando que o vídeo havia sido feito em um evento de comemoração da posse de Trump. Rapidamente, a informação se espalhou por diversos outros sites jornalísticos, como *CNN Brasil*⁹, *Metrópoles*¹⁰, *UOL*¹¹, *Terra*¹², *Poder360*¹³, entre outros (ver Quadro 2). Os textos mencionam uma consulta à assessoria de imprensa de Marçal, que não confirmou a data da publicação. Mesmo assim, as publicações nos respectivos sites davam a entender que o encontro havia ocorrido durante o evento de posse. A matéria do *Poder360* ainda dá uma pista percebida pelo repórter do *The Intercept Brasil*¹⁴, Paulo Motoryn: a publicação da íntegra de uma nota divulgada pela assessoria de imprensa do *coach*, que descreve o conteúdo do vídeo e diz que Marçal teve três encontros com Trump.

Ainda no fim da tarde do mesmo dia, a colunista d'O Globo, Malu Gaspar, publicou que o vídeo de Marçal não se deu durante a posse de Trump, em Washington D.C.¹⁵. Segundo ela, a gravação aconteceu na Flórida, no resort Mar-a-Lago, que pertence ao presidente norte-americano — portanto, antes da posse. E atribui a informação a deputados e aliados de Jair Bolsonaro, que reconheceram o local da gravação. Somente no dia 23, dois dias após a repercussão do vídeo, que ultrapassou 18 milhões de visualizações, Pablo Marçal admitiu, em entrevista a O Globo¹⁶, que a gravação era antiga e que “segurou” até a posse para valorizar o material.

8 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DFF1nzAAuyq/>. Acesso em: 17 fev. 2025.

9 Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/marcal-divulga-video-ao-lado-de-donald-trump-apos-posse-nos-eua/>. Acesso em: 17 fev. 2025.

10 Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/igor-gadelha/video-marcal-encontra-trump-e-pede-para-americano-salvar-brasil>. Acesso em: 17 fev. 2025.

11 Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2025/01/21/pablo-marcal-encontra-donald-trump-nos-estados-unidos-save-brazil.htm>. Acesso em: 17 fev. 2025.

12 Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/pablo-marcal-faz-video-selfie-com-donald-trump-e-pede-que-presidente-americano-salve-o-brasil,98e7ef5a2845ed69667863c6a03a8660wqv-q155f.html>. Acesso em: 17 fev. 2025.

13 Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-gente/salve-o-brasil-diz-pablo-marcal-em-encontro-com-trump/>. Acesso em: 17 fev. 2025.

14 Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2025/01/22/pablo-marcal-mentiu-sobre-encontro-com-trump-e-a-imprensa-toda-comprou/>. Acesso em: 17 fev. 2025.

15 Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/malu-gaspar/post/2025/01/salve-o-brasil-marcal-nao-encontra-trump-mas-posta-video-antigo.ghtml>. Acesso em: 17 fev. 2025.

16 Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/malu-gaspar/post/2025/01/marcal-admite-que-video-com-trump-foi-gravado-antes-da-posse-nos-eua-saiba-quando.ghtml>. Acesso em: 17 fev. 2025.

Quadro 2: A notícia sobre o encontro de Pablo Marçal com Donald Trump em 10 sites jornalísticos

Site de notícias	Data	URL da matéria	Assinatura	Hiperlink para o vídeo original?	Corrigiu o erro?
Folha de S.Paulo	21/01/2025	https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2025/01/marcal-divulga-video-de-encontro-com-trump-sem-da-ta-como-se-fosse-atual.shtml	Painel (editado por Fábio Zanini)	O vídeo está no player da Folha.	Sim. Houve mudança no título e o texto a seguir foi publicado no final da matéria: “Versão anterior dizia que o vídeo havia sido feito em um evento de comemoração da posse de Trump, na segunda-feira (20); a data não foi confirmada pela assessoria”.
Estadão	21/01/2025	https://www.estadao.com.br/politica/pablo-marcal-encontra-donald-trump-estados-unidos-save-brazil-nprp/?srsltid=AfmBOopqqRv-PYaeoPyRRX-FOc5L_3ol2cwlplpijzJAmD-2DHpYQQ8T_	Karina Ferreira	O Estadão incorporou a postagem de Marçal com o vídeo.	Não
CNN Brasil	21/01/2025	https://www.cnnbrasil.com.br/politica/marcal-divulga-video-ao-lado-de-donald-trump-apos-posse-nos-eua/	Aline Fernandes	O vídeo está no player da CNN Brasil, que também incorporou a postagem de Marçal com o vídeo.	Não

<i>Metrópoles</i>	21/01/2025	https://www.metropoles.com/colunas/igor-gadelha/video-marcal-encontra-trump-e-pede-para-americano-salvar-brasil	Igor Gadelha	O <i>Metrópoles</i> incorporou a postagem de Marçal com o vídeo.	Não
<i>UOL</i>	21/01/2025	https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agenzia-estado/2025/01/21/pablo-marcal-encontra-donald-trump-nos-estados-unidos-save-brazil.htm	Estadão Conteúdo	Não	Não
<i>Terra</i>	21/01/2025	https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/pablo-marcal-faz-video-selfie-com-donald-trump-e-pede-que-presidente-americano-salve-o-brasil,98e7ef5a2845ed69667863c6a03a8660wqvq155f.html	Redação Terra	O vídeo está no player do Terra.	Não
<i>Poder 360</i>	21/01/2025	https://www.poder360.com.br/poder-gente/salve-o-brasil-diz-pablo-marcal-em-encontro-com-trump/	Julianna Valença	O vídeo está no player do Poder360.	Não
<i>Veja</i>	21/01/2025	https://veja.abril.com.br/coluna/maquiavel/marcal-posta-video-com-trump-nos-eua-e-pede-que-americano-salve-o-brasil	Bruno Camiato	A <i>Veja</i> incorporou a postagem de Marçal com o vídeo.	Não
<i>Gazeta do Povo</i>	21/01/2025	https://www.gazeta-dopovo.com.br/vozes/entrelinhas/marcal-grava-video-com-trump-e-pede-que-presidente-americano-salve-o-brasil/	Lucas Saba	O vídeo está no player da <i>Gazeta do Povo</i>	Não
<i>Correio Braziliense</i>	21/01/2025	https://www.correio-braziliense.com.br/politica/2025/01/7040323-pablo-marcal-vai-a-baile-nos-eua-e-pede-a-trump-salve-o-brasil.html	Correio Braziliense	O <i>Correio Braziliense</i> incorporou a postagem de Marçal com o vídeo.	Não

Fonte: elaboração dos autores.

Assim como no primeiro caso, uma breve pesquisa nos mecanismos de busca mostra que a informação incorreta continua acessível, sem retificação, em 9 dos 10 sites de notícia do Quadro 2. A *Folha de S.Paulo* publicou um “Erramos” junto à publicação original¹⁷, informando que “versão anterior dizia que o vídeo havia sido feito em um evento de comemoração da posse de Trump, na segunda-feira (20); a data não foi confirmada pela assessoria”. Alguns dos sites citados publicaram uma nova matéria em tom semelhante, após a entrevista de Marçal a Malu Gaspar: ele teria “voltado atrás e admitido” que o vídeo foi feito antes da posse. No entanto, como essa nova notícia foi publicada em outra URL, a informação incorreta permanece acessível, sem conexão com a matéria atualizada.

Estes dois casos ilustram que há problemas graves no processo de correção de erros no jornalismo digital brasileiro, constatação feita há pelo menos 10 anos em pesquisa da autora deste artigo (Vieira, 2014). À época, a análise de 1.500 notícias de cinco sites jornalísticos detectou dez tipos diferentes de falhas:

- Falta de transparência;
- Retificação não visível;
- Interrupção do processo de retificação;
- Revisão deficiente;
- Pressa;
- Perpetuação do erro;
- Falta de interação com o leitor;
- Notícia original sem menção ao erro;
- Reprodução automática de material de terceiros;
- Excesso de modificações.

A descrição dos dois casos mostra que várias dessas falhas se perpetuam e que, portanto, houve poucos avanços em uma década. Embora não seja generalizável, a ocorrência e repetição das falhas no processo em ampla amostra de sites de diferentes regiões, linhas editoriais, grupos empresariais e alcance em termos de audiência é representativa de como a qualidade da informação jornalística ainda é prejudicada por fatores variados. Se se considera que um relato jornalístico de qualidade deva estar atrelado a informações verificadas e que estas guardem correspondência com fatos e evidências, não é admissível que publicações que repercutem ou reproduzem falsidades sejam chamadas de “notícias”, pois seu processo de produção está marcado por procedimentos insuficientes, incompletos e falhos. Daí a necessidade de estudos que não apenas identifiquem elementos que

17 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2025/01/marcal-divulga-video-de-encontro-com-trump-sem-data-como-se-fosse-atual.shtml>. Acesso em: 17 fev. 2025.

fragilizam as notícias, mas também os procedimentos de jornalistas, as políticas editoriais e eventuais protocolos adotados pelas equipes para evitar a publicação de erros, mitigá-los ou corrigi-los.

Este artigo avança em reflexões de um projeto em curso¹⁸, com foco na complexidade do ecossistema digital nos últimos 10 anos, com a proliferação de conteúdos desinformativos e dos mecanismos para correção de erros. Assim, o objetivo aqui é discutir as tensões técnicas e conceituais que envolvem a correção de erros e a desinformação, de modo a contribuir com a compreensão do ecossistema midiático contemporâneo no Brasil. De caráter qualitativo e exploratório, o artigo descreve e interpreta casos ilustrativos (Yin, 2001), visando à elaboração teórico-conceitual acerca das naturezas do erro jornalístico e das informações fraudulentas e de como essas tensões afetam a qualidade da informação que chega ao público. A motivação do estudo é contribuir para o aperfeiçoamento dos sistemas de gestão e correção de erros já existentes em algumas organizações jornalísticas, e o estímulo para a criação, adoção e implementação de protocolos semelhantes por organizações ainda vulneráveis a esse tipo de ocorrência. Em tempos de proliferação massiva de conteúdos desinformativos e de queda vertiginosa da confiança pública nos meios, zelar pela correção e pela precisão do que se publica não é apenas um imperativo deontológico e uma blindagem para armadilhas editoriais, mas também um movimento inevitável para que o jornalismo se reafirme como provedor confiável e ainda necessário de informações.

Erro jornalístico: recepção, técnica e ética

“Errar é humano, mas insistir no erro é burrice”. É bem conhecido o ditado popular que não apenas reconhece um traço da natureza dos indivíduos, mas salienta a possibilidade de mitigar certa inevitabilidade. No cotidiano social, o erro é considerado dentro de um amplo espectro de aceitação, sempre de acordo com as consequências que provoca. Se elas são poucas, leves e administráveis, a assimilação da falha é rápida e sua ocorrência, facilmente perdoada. Mas se os efeitos do erro alcançam muitos atores, são permanentes, graves ou irreversíveis, sua gestão é mais complexa. Prescrever a dose incorreta de um medicamento está muito longe de levar à morte do paciente por um tratamento inadequado a partir de uma decisão apressada, superficial ou incompleta. No jornalismo, um paralelo pode ser traçado entre a incorreção da grafia de um nome ou a atribuição de um crime a um homônimo numa notícia. Estão em jogo não apenas a exatidão de um dado pessoal, mas também a reputação social, por exemplo.

Na medicina ou no jornalismo, o estudo sobre os erros profissionais não deve se restringir apenas à identificação de intensidade e frequência, mas também a

18 Trata-se do projeto “Protocolo de gestão para correção de erros no jornalismo digital” contemplado pelo Edital Fapesb/CNPq n. 004/2023, com previsão de conclusão em 2026.

aspectos que auxiliem a caracterizar e a julgar gravidade, alcance, permanência, e que motivem a busca por formas para reduzir a margem de ocorrência dos erros. No âmbito brasileiro, a preocupação com a gestão de erros no jornalismo nacional tem sido foco de nossas pesquisas há vinte anos (Christofolletti; Prado, 2005, Christofolletti; Vieira, 2013, Vieira; Christofolletti, 2014, 2016; Christofolletti; Caminada, 2016; Vieira, 2013, 2014, 2016). A insistência dessa mirada dialoga com preocupações com a qualidade informativa, o atendimento a uma deontologia e a própria capacidade de readaptação do jornalismo em contextos tão turbulentos e confusos como os atuais.

Estudos recentes acerca do erro jornalístico têm enfatizado a percepção dos leitores, com o intuito de analisar a extensão e as consequências dos danos. Assim, infere-se que o erro jornalístico afeta a percepção dos leitores acerca da reputação das organizações (Appelman; Hettinga, 2020) e da confiança na mídia (Wilner *et al.*, 2021). A partir da constatação de que correções são raras, Freitag *et al.* (2024) identificam um dilema: embora sejam eficazes para informar o público, a confiança no meio de comunicação diminui após uma retratação. Mas ainda há um benefício claro na correção de erros, pois os efeitos negativos na confiança são pequenos em relação ao benefício informativo fornecido aos leitores. Nas palavras dos autores, “retratar uma história aumenta drasticamente a precisão da crença do entrevistado, mas apenas diminui modestamente a confiança no meio de comunicação¹⁹” (Freitag *et al.*, 2024, p. 98). Outro experimento com leitores igualmente identificou que correção de erros e pedido de desculpas têm um efeito positivo nas reações do público (Henke *et al.*, 2022).

Há também correntes de estudos que focam nas especificidades do ambiente digital, que tornam o cenário mais agudo, na medida em que os sites jornalísticos não só oferecem uma grande quantidade de conteúdos, como o fazem de forma apressada, com equipes enxutas e em condições propícias ao erro (Vieira, 2014). O ritmo veloz de produção obriga o repórter a divulgar informações sobre as quais não tem certeza; reduz a possibilidade de reflexão no processo de produção da notícia — o que não apenas aumenta a probabilidade de erro, como, principalmente, limita a possibilidade de matérias com ângulos diferenciados de abordagem, capazes de provocar questionamentos no leitor (Moretzsohn, 2002, p. 70). Tem-se, portanto, além do aspecto técnico de procedimentos editoriais, implicações éticas importantes.

A seguir, passamos a discutir um fenômeno que adiciona complexidade ao já instável ambiente digital: conteúdos desinformativos, popularmente chamados de *fake news*.

19 Tradução livre do original: “Retracting a story increases respondent belief accuracy dramatically but only modestly decreases trust in the news outlet” (Freitag *et al.*, 2024, p. 98).

Quando o jornalismo, na prática, desinforma

Desinformação, boatos e mentiras são fenômenos globais e antigos. Mas a combinação entre algoritmos das redes sociais (Lemos; Pastor, 2020; Winques; Longhi, 2022), sistemas de publicidade plataformizados (Van Dijck; Poell; Waal, 2018), pessoas dispostas a inventar e espalhar conteúdo para ganhar dinheiro (Mello, 2020) e sede de poder político (Dourado, 2020) torna o ambiente digital propício ao que convencionou-se chamar *fake news*. Ao criticar o uso indiscriminado do termo, Wardle (2017) defende que, se estamos falando de notícias (*news*), não podemos associá-las ao qualificativo *fake* (falso). Nossa argumentação é que a negligência histórica com o processo de correção de erros (basta lembrar do espaço irrisório dado às erratas nos jornais impressos) faz com que a associação do jornalismo com as *fake news* encontre pertinência na observação prática. Tecnicamente, torna-se difícil afirmar que “o Brasil inabitável em 50 anos” e o “vídeo de Marçal com Trump”, citados anteriormente, são apenas frutos do afrouxamento dos procedimentos de apuração, produção, publicação e divulgação de notícias. Em ambos os casos, veículos jornalísticos foram agentes na proliferação de notícias falsas e também na perpetuação do erro, já que muitas delas permanecem facilmente acessíveis pelos mecanismos de busca.

Embora diversos estudos apontem para uma queda global na confiança no jornalismo enquanto instituição social (Barometer, 2024; Newman et al., 2024), corroborada por estudos que mostram a importância de recuperar essa credibilidade perdida (Christoforetti, 2024), o que se vê é a prática de um jornalismo digital que acaba por contribuir com a desinformação, seja por negligência, imperícia ou imprudência.

Os casos mencionados neste artigo também mostram que as plataformas de redes sociais, comumente criticadas por contribuírem com o caos informativo (Aïmeur; Amri; Brassard, 2023), podem, ocasionalmente, fazer o oposto: dar visibilidade à identificação e à retificação do erro, restabelecendo, assim, a verdade factual. No primeiro exemplo, uma especialista no assunto fez uma postagem na rede X apontando as lacunas das matérias jornalísticas (embora muitas delas tivessem no título a palavra “entenda”, em tom pretensamente explicativo). No segundo, rivais políticos desconfiaram do vídeo e perceberam os rastros visíveis da mentira. Em ambos os casos, cumpriram funções que historicamente cabem ao jornalismo: verificar, desconfiar e apurar (Reginato, 2018).

Estamos falando, portanto, de um aspecto importante da complexidade do ecossistema digital-midiático contemporâneo. Na prática, a falha nos procedimentos técnicos para correção de erros recai em problemas éticos com consequências visíveis. Sendo assim, do ponto de vista teórico-conceitual, pode-se ainda diferenciar erro jornalístico de *fake news*?

Conceitos que (des)estabilizam

Como um fenômeno com consequências em diversas áreas da vida social, as *fake news* têm sido objeto recorrente de pesquisas científicas. Um dos esforços é o de conceituar essa prática escorregadia, em uma tentativa de estabilizar e, como citamos anteriormente, de separar o jornalismo dessa prática.

Há estudos que defendem o uso do termo para casos de “apresentação deliberada de alegações (tipicamente) falsas ou enganosas como notícias²⁰” (Gelfert, 2018, p. 84). Outras pesquisas associam *fake news* a comportamento negligente (Quandt *et al.*, 2019), levando em consideração sua intencionalidade (Wardle; Derakhshan, 2017), que vem da concepção — “intencionalmente concebida para enganar” (Rahmanian, 2023). McGonagle (2017) complementa a definição de *fake news*:

Informações que foram deliberadamente fabricadas e disseminadas com a intenção de enganar e induzir outros a acreditar em falsidades ou duvidar de fatos verificáveis; é desinformação que é apresentada como, ou é provável que seja percebida como, notícia (McGonagle, 2017)²¹.

Neste sentido, a falsidade constituinte do relato alcança o estatuto de fraude. Isto é, as pretensas notícias falsas não apenas contrariam os fatos que poderiam desmenti-las, mas insistem em propagar o teor incorreto ou inverídico do relato. Em termos mais simples: *fake news* é conteúdo fraudulento, deliberadamente espalhado para desorientar e confundir. Se o resultado é desinformação, ele contradiz a deontologia jornalística, sustentada pela viga mestra que afirma que o jornalismo deve informar.

Por fim, mas sem a pretensão de esgotar as definições conceituais, Finneman e Thomas (2018) afirmam que “qualquer informação que não tenha passado por um processo completo de jornalismo pode ser considerada como notícia falsa e enganar o público”²².

Pode-se inferir, então, o esforço dos autores de estabilizar o conceito de *fake news* de duas maneiras: reforçando seu caráter intencional, de espalhamento consciente e deliberado; e distinguindo-o do processo jornalístico, enfatizando, inclusive, que a intencionalidade do conteúdo inclui a tentativa de ser percebido como uma peça jornalística.

A autora deste artigo não escapou da tentativa de estabilizar os conceitos de erro jornalístico e *fake news*. Com base em um episódio de falha jornalística, a autora defendeu, em um artigo de crítica de mídia publicado em 2019, que

20 Tradução livre do original: “*deliberate presentation of (typically) false or misleading claims as news*” (Gelfert, 2018, p. 84).

21 Tradução livre do original: “*Information that has been deliberately fabricated and disseminated with the intention to deceive and mislead others into believing falsehoods or doubting verifiable facts; it is disinformation that is presented as, or is likely to be perceived as, news*” (McGonagle, 2017, p. 204).

22 Tradução livre do original: “*Any information that have not been put through a complete process of journalism could be considered as fake news and mislead the audience*” (Finneman; Thomas, 2018).

“conceitualmente o erro jornalístico não é intencional” (Vieira, 2019). Embora carecesse de uma reflexão mais aprofundada, à época foi perceptível o esforço de separar a teoria da prática, o que não intencionamos fazer aqui. Evidentemente, os estudos que se ocupam de estabilizar a nomenclatura não impedem, contradizem ou invalidam as pesquisas e esforços que se dedicam a mapear formas de ocorrência, funcionamentos, vetores e causalidades da desinformação, como é o caso dos trabalhos de Wardle e Derakhshan (2018), Tumber e Waisbord (2021), Monsees (2023) e Broda e Strömbäck (2024), entre outros.

Tais esforços de estabilização conceitual encontram pertinência na prática cotidiana das redações, mas não abordam a agência do jornalismo nessa trajetória de negligência e intencionalidade. É como se, ao conceituar *fake news*, os pesquisadores excluíssem os profissionais que produzem informação do próprio processo desinformativo. Por também integrarem o ecossistema digital, os jornalistas não estão isentos ou protegidos de cometer erros, insistirem neles e se empenharem em espalhá-los, por diferentes e múltiplas motivações. Observando a prática (neste artigo, exemplificada com dois casos recentes), parece-nos insuficiente distinguir erro jornalístico de *fake news*, numa tentativa de estabilizar conceitos que integram um ecossistema digital extremamente instável. Parece-nos um olhar apenas para o “dever-ser” do jornalismo do que, efetivamente, para o “ser”.

Ao revisitar o conceito de erro jornalístico criado pela presente autora em 2014 — portanto, em uma época anterior à proliferação massiva das *fake news* enquanto fenômeno intimamente ligado à plataformação — vê-se a inclusão de “ocorrência deliberada” como parte do conceito. Após a identificação e análise das muitas falhas no processo de correção de erros no jornalismo digital brasileiro, ficou evidente que, por vezes, o erro é consciente e deliberado, o que aproxima os dois conceitos.

De natureza técnica e ética, o erro jornalístico é a incorreção, falsificação ou imprecisão na publicação de uma notícia, causado por negligência, imprudência ou imperícia. A não admissão do erro ou sua ocorrência deliberada afetam a qualidade e a credibilidade do produto jornalístico junto ao público leitor ou a outros grupos interessados (Vieira, 2014, p. 63).

Incluir jornalistas e meios de comunicação como agentes na disseminação de *fake news*, a partir de sua prática cotidiana, desestabiliza os conceitos anteriormente cristalizados. Se os processos de desinformação eram antes quase que exclusivamente atribuídos a terceiros, considerar que o jornalismo possa atuar como parte das engrenagens desinformativas ajuda a revelar a complexidade do fenômeno. Reconhecer que o jornalismo também pode robustecer os ecossistemas desinformativos reativa a necessidade de revisão de protocolos de gestão de erros no jornalismo digital brasileiro.

Aproximando novamente o jornalismo da medicina, pode-se compreender o erro não só como falha ou desvio, mas também abarcando os efeitos que desencadeia. Nesse sentido, o erro jornalístico também resulta em dano, espalhado

em suas diversas dimensões. O erro pode prejudicar a integridade da informação, reduzindo, evitando ou incapacitando a compreensão do fato em seu contexto. O erro pode também gerar danos aos envolvidos ou retratados nas matérias, à medida que atinge suas reputações ou lhes atribui ações deletérias e condenáveis, quando não devidamente sopesadas. Em maior escala, o erro pode alastrar a incompreensão social, calcificando entendimentos alienígenas aos fatos.

Se o erro jornalístico envolve dano, é também pertinente discutir brevemente três possíveis catalisadores de sua ocorrência: imperícia, imprudência ou negligência. Agem com imperícia jornalistas e meios que recorrem a ações inadequadas no processo de produção das notícias, seja falhando na confirmação de dados, por exemplo. Uma reportagem feita com base em dados não verificados pode provocar erros jornalísticos por imperícia, pela simples ação defeituosa no trabalho cotidiano. Isso é, o conteúdo desinformativo se espalhou por canais jornalísticos pela não efetivação de uma etapa importante do jornalismo, que é a checagem dos dados antes de sua publicação.

Quando jornalistas e meios lançam mão de ações arriscadas, atuam com imprudência. Isso é, se motivados pela pressa de publicar, por exemplo, queimam etapas de checagem, reduzem cuidados na revisão ou deixam de assumir certos zelos; atuam de forma imprudente, permitindo que erros gerem danos. A informação fraudulenta prospera nos canais jornalísticos porque houve relaxamento do rigor ou protocolos de cuidado não foram estritamente seguidos.

Por fim, se jornalistas e meios se negam a fazer algo que possa evitar erros em suas matérias, eles contribuem com a perda de qualidade jornalística por mera negligência. Nesses casos, a ausência de um controle mínimo da qualidade e o não acionamento de preocupações com a responsabilidade editorial impulsionam a desinformação pelo jornalismo.

É claro que a produção e a disseminação de conteúdos falsos podem ser ocasionadas por mais de um dos catalisadores mencionados acima, e essa agência múltipla só fortalece o efeito desinformativo. Crise financeira, precarização laboral e externalidades negativas das redes sociais tornam mais agudo o drama das redações de fabricar notícias mais rápido e com menores taxas de erro. É esperado, por exemplo, que o enxugamento de postos de trabalho nas redações gere sobrecarga de atividades e leve as equipes a reduzirem seus controles de qualidade. Para atender às expectativas do público no fornecimento de informações e para se manter competitivas com o ritmo alucinante das redes sociais, as equipes tendem a adotar rotinas cada vez mais permissivas aos erros, fragilizando, a médio e longo prazo, a reputação dos jornalistas e a confiança que o público deposita nos meios.

Quando o jornalismo alimenta a indústria da desinformação, acontece uma dupla perversidade: ele aumenta o volume de conteúdos falsificadores, socialmente inflamantes e coletivamente enganadores, e o faz adotando técnicas, linguagem e estética jornalísticas. Contribui com o erro e a mentira sob a aparência de que

está atuando de forma profissional e bem-intencionada. É como o médico que — com impecáveis luvas e uniforme asséptico — injeta no paciente uma substância venenosa sob pretexto de curá-lo.

Considerações finais

Em fevereiro de 2021, ao menos oito dos maiores jornais brasileiros publicaram anúncios de meia página defendendo o tratamento da covid-19 com o uso de medicamentos sem a devida eficácia comprovada. As peças publicitárias eram assinadas por um coletivo que se denominava Médicos pela Vida, que recomendava o uso de cloroquina, ivermectina, vitamina D e zinco para atenuar ou combater sintomas da doença. A campanha publicitária pode também servir para a discussão aqui empreendida entre jornalismo e desinformação, mesmo que os conteúdos em questão sejam da ordem da propaganda e não do jornalismo. Isso porque o jornal — como meio de comunicação — é híbrido em seu conteúdo, estampando não só notas, notícias e reportagens, mas também conteúdos de promoção de produtos, ideias e serviços. Entretanto, pela legislação em vigor, a responsabilidade jurídica pela publicação recai sobre um jornalista ou *publisher* que deve responder pelo que veicula.

Meses após a difusão da campanha nos jornais, a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) que investigava responsabilidades pela pandemia revelou que os anúncios foram pagos, na verdade, pela Vitamedic, uma das principais produtoras de ivermectina no país, que viu suas vendas do produto saltarem de 5,7 milhões de caixas para 75,8 milhões entre 2019 e 2020. Os anúncios, por sua vez, circularam nos principais mercados de consumo — São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Ceará e Distrito Federal — sendo veiculados em jornais que têm alardeado compromisso de combate às *fake news*, como é o caso de *O Globo*, *Estado de Minas*, *Zero Hora*, *Jornal Correio* e *Correio Braziliense*. Outros três jornais que aceitaram publicar a campanha bancada pela farmacêutica fazem parte do *Trust Project* no Brasil: *Folha de S.Paulo*, *Jornal do Commercio* e *O Povo*.

O episódio escancara a necessidade de mais debates sobre a agência do jornalismo em contextos de disputa pela verdade. O leitor mais cético poderá argumentar que a publicação dos anúncios não configura erro jornalístico, já que os conteúdos não foram confeccionados por seus jornalistas e redações. Efetivamente, não foram, mas há uma responsabilidade ética da qual os jornais não podem se esquivar: eles aceitaram exibir em suas páginas conteúdos falsos, que induziram a erro e que potencialmente concorriam para o agravamento da saúde ou morte de pessoas. Neste sentido, num contexto mais amplo, não se trata de erro jornalístico, mas de uma falha sistêmica ocorrida em diversas organizações jornalísticas que não têm ou não acionaram estruturas internas de controle e autoproteção.

Ao fim e ao cabo, o público poderá culpar os Médicos pela Vida pela prescrição inadequada e poderá criticar a Vitamedic por sua sórdida ação comercial. Mas

poderá também cobrar dos jornais quais são seus compromissos com a verdade dos fatos que dizem veicular, e quanto zelam para que os conteúdos publicados não reforcem campanhas de desinformação²³.

Este artigo teve como objetivo discutir as tensões técnicas e conceituais que envolvem a correção de erros e a desinformação, de modo a contribuir com a compreensão do ecossistema midiático contemporâneo no Brasil.

Com base na literatura e a partir de casos ilustrativos, argumenta-se que há uma associação possível entre erro jornalístico e *fake news*, observável na prática profissional, em casos de ocorrência deliberada ou ainda quando protocolos mínimos de cuidado não são seguidos. Por isso, a associação entre jornalismo e desinformação não pode ser excluída das definições teórico-conceituais, sob pena de grave imprecisão ou incompletude na descrição do fenômeno. A desassociação conceitual, perceptível em diversas pesquisas (Gelfert, 2018; Quandt *et al.*, 2019; Wardle; Derakhshan, 2017; Rahmanian, 2023; McGonagle, 2017; Finneman; Thomas, 2018), não deveria ser apriorística, pois depende, primeiro, de uma transformação da prática profissional, no sentido de um rigor muito maior no processo de correção de erros. Algo que, historicamente e por enquanto, ainda é raro, pelo menos na paisagem jornalística brasileira.

Do mesmo modo, qualquer definição de erro jornalístico deve mencionar os casos de intencionalidade ou ocorrência deliberada, em referência ao conceito de *fake news* (Vieira, 2014). Em nosso entendimento, ao invés de girar em torno apenas do “dever-ser”, uma adequada conceituação reflete as impermanências da prática, para que, então, o possível incômodo de incluir o jornalismo como um dos agentes de desinformação provoque mudanças efetivas na prática. Isso requer não apenas investimentos para a intensificação do rigor dos processos de apuração e difusão jornalísticas, mas também boa vontade corporativa para o reconhecimento de que a qualidade editorial traz embutido o compromisso ético de responder pelo que se publica.

Referências

AÏMEUR, E.; AMRI, S.; BRASSARD, G. Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, v. 13, n. 1, 30, 2023. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>

APPELMAN, A.; HETTINGA, K. Correcting online content: the influence of news outlet reputation. *Journalism Practice*, v. 15, n. 10, p. 1562-1579, 2020. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1784776>

23 Para uma discussão um pouco mais alentada sobre dever e responsabilidade ética dos jornais neste caso, ver <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/crise-politica/a-cpi-revela-e-a-etica-dos-jornais-derrete/>. Acesso 20 fev. 2025.

EDELMAN. *Edelman Trust Barometer 2024*. Disponível em: <https://www.edelman.com.br/edelman-trust-barometer-2024>. Acesso em: 4 jun. 2025.

BRODA, E.; STRÖMBÄCK, J. Misinformation, disinformation, and fake news: lessons from an Interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, v. 48, n. 2, p. 139-166, 2024. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>

CHRISTOFOLETTI, R. (org.). *Credibilidade jornalística*. Florianópolis: Insular, 2024.

CHRISTOFOLETTI, R.; CAMINADA, T. A. Longos silêncios e breves respostas: veículos jornalísticos frente aos erros apontados por seus públicos no Facebook. *Revista Observatório*, v. 2, n. 5, p. 225-247, 2016. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2n5p225>

CHRISTOFOLETTI, R.; PRADO, R. Erros nos jornais: aspecto ético e fator de comprometimento de qualidade técnica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: Intercom, 2005.

CHRISTOFOLETTI, R.; VIEIRA, L. Erro em portais noticiosos: considerações sobre qualidade e ética. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO – SBPJor, 11., 2013, Brasília, DF. *Anais [...]*. Brasília, DF: UnB, 2013. v. 1, p. 1-21.

DOURADO, T. M. S. G. *Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil*. 308 f. 2020. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31967>. Acesso em: 15 jan. 2025.

FINNEMAN, T.; THOMAS, R. J. A family of falsehoods: Deception, media hoaxes and fake news. *Newspaper Research Journal*, v. 39, n. 3, p. 350-361, 2018. <https://doi.org/10.1177/0739532918796228>

FREITAG, J. et al. The corrections dilemma: Media retractions increase belief accuracy but decrease trust. *Journal of Experimental Political Science*, v. 11, n. 1, p. 90-101, 2024. <https://doi.org/10.1017/XPS.2023.4>

GELFERT, A. Fake news: A definition. *Informal Logic*, v. 38, n. 1, p. 84-117, 2018. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>

HENKE, J.; HOLTRUP, S.; MOEHRING, W. Forgiving the News: The Effects of Error Corrections on News Users' Reactions and the Influence of Individual Characteristics and Perceptions. *Journalism Studies*, v. 23, n. 7, p. 840-857, 2022. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2044889>

LEMOES, A.; PASTOR, L. Experiência algorítmica: ação e prática de dado na plataforma Instagram. *Contracampo*, Niterói, v. 39, n. 2, p. 132-146, 2020. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i0.40472>

- MCGONAGLE, T. Fake news' false fears or real concerns? *Netherlands Quarterly of Human Rights*, v. 35, n. 4, p. 203-209, 2017. <https://doi.org/10.1177/092405191773868>
- MELLO, P. M. *A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
- MONSEES, L. Information disorder, fake news and the future of democracy. *Globalizations*, v. 20, n. 1, p. 153-168, 2023. <https://doi.org/10.1080/14747731.2021.1927470>
- MORETZSOHN, S. *Jornalismo em "tempo real": O fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- NEWMAN, N. et al. (org.). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. [s.l.]: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. <http://doi.org/10.60625/risj-vy6n-4v57>
- QUANDT, T. et al. Fake news. *International Encyclopedia of Journalism Studies*, p. 1-6, 2019. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0128>
- RAHMANIAN, E. Fake news: a classification proposal and a future research agenda. *Spanish Journal of Marketing*, v. 27, n. 1, p. 60-78, 2023. <https://doi.org/10.1108/SJME-09-2021-0170>
- REGINATO, G. D. As finalidades do jornalismo: percepções de veículos, jornalistas e leitores. *Revista Famecos*, v. 25, n. 3, ID29349, 2018. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.3.29349>
- TUMBER, H.; WAISBORD, S. R. (org.). *The Routledge companion to media disinformation and populism*. London: Routledge, 2021.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WAAL, M. *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford: Oxford Academic, 2018.
- VIEIRA, L. A correção de erros no jornalismo online. In: KARAM, Francisco José Castilhos; LIMA, Samuel (Org.). *Jornalismo, crítica e ética*. Florianópolis: Insular, 2016. p. 50-55.
- VIEIRA, L. S. Erro jornalístico, procedimentos de correção e fake news. *objETHOS*, 25 abr. 2019. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2019/04/25/erro-jornalistico-procedimentos-de-correcao-e-fake-news/>. Acesso em: 4 jun. 2025.
- VIEIRA, L. Erros dos webjornais nas redes sociais: análise da interação mútua com os leitores. *Revista Rastros*, v. 18, p. 25-35, 2013.
- VIEIRA, L. *Parâmetros éticos para uma política de correção de erros no jornalismo online*. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.
- VIEIRA, L.; CHRISTOFOLETTI, R. Por uma política de correção de erros no jornalismo online brasileiro. In: GUERRA, Josenildo Luiz; ROTHBERG, Danilo; MARTINS, Gerson (org.). *Crítica do Jornalismo no Brasil*. Covilhã: Labcom/UBI, 2016. p. 15-31.

VIEIRA, L.; CHRISTOFOLETTI, R. Reflexões sobre o erro jornalístico em quatro portais noticiosos de referência. *Verso e Reverso (Unisinos)*, v. 28, p. 90-100, 2014.

WARDLE, C. Fake news. It's complicated. *First Draft*, 16 fev. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 15 jan. 2025.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Estrasburgo: Conselho da Europa, 2017. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>. Acesso em: 15 jan. 2025.

WILNER, T. et al. The Tragedy of Errors: Political Ideology, Perceived Journalistic Quality, and Media Trust. *Journalism Practice*, v. 16, n. 8, p. 1673-1694, 2021. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1873167>

WINQUES, K.; LONGHI, R. Dos meios às mediações (algorítmicas): mediação, recepção e consumo em plataformas digitais. *MATRIZES*, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 151-172, 2022. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i2p151-172>

YIN, R. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Submetido em: 30 abr. 2025 | aprovado em: 20 maio 2025