
Porque é que as *fake news* se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo?

Why have fake news become key players in contemporary journalism?

Andreia Fernandes Silva



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/4139>

DOI: 10.4000/cp.4139

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Refêrencia eletrónica

Andreia Fernandes Silva, « Porque é que as *fake news* se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo? », *Comunicação Pública* [Online], Vol.14 nº 26 | 2019, posto online no dia 28 junho 2019, consultado o 02 outubro 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cp/4139> ; DOI : 10.4000/cp.4139

Este documento foi criado de forma automática no dia 2 outubro 2019.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Porque é que as *fake news* se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo?

Why have fake news become key players in contemporary journalism?

Andreia Fernandes Silva

NOTA DO EDITOR

Recebido: 29 de dezembro de 2018

Aceite para publicação: 9 de abril de 2019

Introdução: A urgência (e dificuldade) de uma definição

Las noticias se inventan, se difunden y defienden, y si se demuestra que son falsas, se convierten en chistes y se descartan con un encogimiento de hombros.
(Cervera, 2018)

- 1 O mundo acordou para o termo *fake news* e agora muito do que se lê, ouve e partilha nos meios de comunicação e nas redes sociais facilmente se enquadra neste âmbito. Fenómeno “recente e volátil” (Meneses, 2018, p. 38), as *fake news* são há muito uma preocupação dos agentes que estudam o campo da notícia e que nele trabalham mas complexificaram-se num contexto favorável a práticas de desinformação: as notícias falsas ecoam num ambiente propício à falsidade, explicam Schudson e Zelizer, ao referirem-se ao atual panorama mediático, em que tudo pode ser encenado e espetacularizado e a ideia da normalidade da falsificação se banalizou (Schudson & Zelizer, 2017). Para Brites *et al.* a expressão assumiu uma nova proporção num contexto particular: “É um ecossistema mediático singular, híbrido e complexo”, potenciado pelo facto de “as audiências coabita[rem] com os media, através de infraestruturas

tecnológicas que proporcionam ambientes sociais”, transformando os também designados factos alternativos, característicos da era da *pós-verdade*, em verdadeiras ameaças à democracia (Brites, Amaral & Catarino, 2018, p. 85-98).

- 2 É precisamente sobre algumas dessas *lutas* que o presente ensaio desenvolve uma reflexão, cruzando autores e certezas e incertezas de alguns dos que se preocuparam com o campo da notícia e do jornalismo. Numa época em que até se discute a urgência de regulamentação e de medidas mais concretas para evitar que a confusão se instale, importa rever procedimentos e práticas, embora seja claro que, por exemplo, uma das tarefas basilares do jornalismo, a verificação dos factos, assumiu uma preponderância maior nos terrenos *pantanosos* da atualidade.
- 3 Já Nelson Traquina, num texto intitulado precisamente *As notícias*, anotava que o objetivo de qualquer órgão de comunicação é “fornecer relatos de acontecimentos julgados significativos e interessantes”, um fenómeno *inextricavelmente complexo* no entender de Gaye Tuchman, como lembra Traquina (1998, p. 29). A mitologia jornalística assenta no pressuposto de que na produção de informação intervém “um observador neutro, desligado dos acontecimentos e cauteloso em não emitir opiniões pessoais” (Traquina, 1998, p. 29), um ideal no designado novo jornalismo, que separava os factos de opiniões, e que mais tarde viu emergir o paradigma da objetividade, também discutível e longe de ser consensual ou totalmente concretizável. Sendo o resultado de um processo de produção que inclui a seleção do acontecimento e a sua transformação em notícia, importa agora mais do que nunca procurar discutir uma questão basilar do jornalismo: “o que é a notícia?, ou seja, quais os critérios e os factores que determinam a noticiabilidade dos acontecimentos” (Traquina, 1998, p. 31).
- 4 Antes da discussão sobre uma das *buzzwords* do momento, *fake news*, importa começar pelo início e clarificar o que é afinal a notícia. Fernando Cascais começa o prefácio do livro *Pistas para compreender a notícia*, da autoria de Mar de Fontcuberta, a assumir que esta é por um lado “incompleta” e um “bem construído” (Fontcuberta, 1999, p. 8-9). Para Adriano Duarte Rodrigues “o acontecimento é o referente de que se fala”, a notícia baseia-se em acontecimentos e assume-se que na receção se está perante “um índice do real” (Rodrigues, 1998). Traquina acrescenta que os jornalistas não são meros observadores passivos, mas participantes ativos no processo de construção da realidade, rejeitando a metáfora de espelho ou de reflexo da realidade, até porque os jornalistas não contam os acontecimentos exatamente e na ordem como ocorreram, mas sim através de narrativas, as *new frames*, que organizam o acontecimento. Rogério Santos enquadra a notícia como um “empreendimento circular negociável entre fonte de informação e jornalista, com a mesma disputa a ocorrer no interior da redação” porque a notícia “aponta a realidade, mas não a própria realidade” (Santos, 2006, p. 29).
- 5 A objetividade é, há muito, um conceito basilar da qualidade da informação, porém, difícil de alcançar. Recordando o ideal da prática, McQuail escreveu: “o processo de observar e reportar não deve, portanto, ser contaminado pela subjetividade nem interferir com a realidade que se reporta” (McQuail, 2003, p. 174).
- 6 A perspetiva da objetividade, aliada às noções de distanciamento e neutralidade, devem ter implícitos a exatidão e “outros critérios de verdade”, como defende McQuail ao referir-se à relevância e à cobertura completa. Traquina lembra os constrangimentos organizacionais, “os processos pelos quais as rotinas são estabelecidas”, uma vez que as “decisões tomadas pelo jornalista (...) só podem ser entendidas inserindo o jornalista no seu contexto mais imediato”. No entender de Traquina “as notícias são um resultado de

um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (1998, p. 31).

- 7 Kovach e Rosenstiel defendem que a primeira lealdade do jornalista é com a verdade, apesar da dificuldade que existe em circunscrever essa mesma verdade (Kovach & Rosenstiel, 2005). Esta noção está no cerne da qualidade da informação, até pelo contrato com o recetor da mensagem e pela expectativa que este tem. Porém, há a dificuldade em esclarecer e definir o que é a verdade, e acima de tudo, nos dias de hoje, exige-se uma tomada de consciência da influência das competências críticas (Schudson & Zelizer, 2017).
- 8 Mas porque é que as *fake news* se tornaram protagonistas do jornalismo contemporâneo? Não sendo um fenómeno novo, foi com Donald Trump que o termo ganhou uma maior mediatização, aumentando com as suspeitas de intervenção em eleições, no referendo ao Brexit e nos movimentos da crise catalã (Allcot & Gentzkow, 2017; Hanska & Bauchowitz, 2017). O surgimento de plataformas de *fact checking* aumentaram o tom em torno do tema, que é por si só paradoxal, pelo uso da expressão *fake news* (Cardoso & Baldi, 2017; Delmazo & Valente, 2018; Tandoc, Lim & Ling, 2017; Wardle & Derakhshan, 2017).

1. Há notícias e não notícias? Como as podemos distinguir?

- 9 Comece-se por um dos constrangimentos da sociedade contemporânea: a dimensão temporal, uma das grandes pressões do jornalismo desde sempre:
[tempo é] algo que conforma a notícia e que transcende a acção pessoal do jornalista, encontrando expressão nos constrangimentos sócio-organizacionais e sócio-económicos que condicionam o sistema jornalístico e na própria cultura profissional (Sousa, 2000, 50-51).
- 10 Esta cultura cronometrada acaba por afetar o julgamento noticioso, pressionando os agentes para o cumprimento de prazos. “As horas do fecho forçam o jornalista a parar a recolha de informação e a apresentar a história, classificando, hierarquizando, seleccionando e integrando apenas informações recolhidas até esse momento” (Sousa, 2000, p. 51), uma prática que acaba por ser inimiga da objetividade e do rigor.
- 11 O tempo dos acontecimentos e de dar respostas não é o tempo da procura, verificação, devida contextualização dos factos e audição dos testemunhos/partes que cerceiam a noção de profundidade. Do lado da receção, a urgência e a pressão para de imediato se aceder às mensagens acabam por criar e intensificar as condições para o surgimento de formas alternativas, e nem sempre legítimas, de dominar e influenciar a opinião pública, muitas vezes de um modo intoxicante que tudo banaliza.
- 12 Por outro lado, a produção de informação há muito que deixou de ser um exclusivo dos meios de comunicação jornalísticos e, com as redes sociais, o processo de seleção envolve outros mecanismos e outras preocupações até pela rapidez e viralidade com que as mensagens se propagam, para além da facilidade com que se desagregam do contexto inicial de criação. Isto é, a transmissão e a partilha imediata da mensagem obedecem a lógicas de um novo mundo que integra outros protagonistas e outras dimensões que com frequência se descontextualizam. No atual cenário assinala-se que a

própria produção de *fake news* se refugia em páginas com designações semelhantes a jornais de referência, dificultando à maioria da população a identificação e distinção.

- 13 Para Ferreira (2017) o “enfraquecimento destes filtros possui oportunidades e perigos”. Apesar das críticas a este poder do campo jornalístico e da sua capacidade de trazerem para a ribalta uns acontecimentos e ofuscarem outros, é do conhecimento geral o papel desempenhado pelos jornalistas enquanto selecionadores dos acontecimentos: sempre que ajuizavam sobre ideias podiam ser publicamente discutidas e quais as demasiado radicais, não fundamentadas ou que não se traduziam num contributo (Ferreira, 2017), assumiam o papel de guardiões com poder de definir quais os temas abordados na arena mediática.
- 14 Ramonet, na obra *Tiranía da Comunicação*, alertava para dois conceitos do excesso (ou da sobre-informação): o mimetismo mediático e a hiper-emoção, expressões que parece pertinente trazer à atual discussão. “O mimetismo é aquela febre que se apodera de repente dos média (sem distinguir suportes) e que os empurra, com a urgência mais absoluta, a precipitarem-se a cobrir um acontecimento” (2002, p. 20), explica Ramonet, para quem “a imitação delirante” acaba por provocar “um efeito de bola de neve” que desencadeia a “auto-intoxicação”. A outra figura da sobre-informação é, para este autor, o exagero da emoção, que contagiou os meios de comunicação, incluindo os chamados de referência, e que teve um epicentro na mediatização de situações como o escândalo de Bill Clinton ou de Diana, ex-princesa do povo, em especial o momento da morte mediatizada, uma época em que se “perderam todas as referências ideológicas” e foram “transgredidas todas as regras” (Ramonet, 2002, p. 22). Fazendo a ponte com a situação atual das *fake news*, reiteram-se estas duas características: há a repetição (ampliada pela partilha viral) e são fatores emocionais que estão na origem das reações e dos comentários.
- 15 Recuperando a tentativa de definição de notícia, Cascais acrescentava o poder dos decisores, mas também da tecnologia, no que diz respeito à “sobredifusão, para um turbilhão onde o excesso tende para o zero”. Para Cascais: “a notícia não é apenas a técnica mais eficaz e rápida de contar factos ao público; é decidir a realidade a que o público tem direito” (Cascais in Fontcuberta, 1999, p. 9). E este aspeto é de crucial importância para compreendermos o mundo em que vivemos, mas que se tornou exponencialmente mais complexo com os novos média e as suas características de flexibilidade e maleabilidade, “susceptível de sofrer múltiplas modificações devido às suas utilizações sociais, que podem produzir uma série de consequências” (Castells, 2004, p. 19).
- 16 Ferreira sublinha a necessidade de refletir sobre a circunstância de os meios de comunicação social tradicionais “seguirem as agendas das redes sociais, criadas e alimentadas pela ação de indivíduos, mas também por organizações de vária natureza (político-partidária, corporativa, comercial)”, o que os torna nos apelidados cataventos digitais, ao servirem de caixas de ressonância de uma agenda e de acontecimentos que não criaram nem controlam (Ferreira, 2018, p. 152).

2. O penso rápido para atenuar a dor

- 17 Nos últimos tempos emergiu a figura do *fast-checking/fact checking*, uma medida paliativa no sentido em que não resolve na totalidade o problema, mas que ainda assim é uma forma mais imediata de denunciar e esclarecer muitas das mensagens

amplamente difundidas na esfera pública. No estudo coordenado por Cardoso e Baldi revela-se que “o número de sites de fact-checking independentes tem vindo a crescer”. Há dois anos, “cerca de 60% dos sites na Europa eram projetos independentes ou ligados a organizações civis, indicador interessante no que diz respeito à vontade pública (...), para melhorar a qualidade noticiosa e informativa” (Cardoso & Baldi, 2018, p. 9).

- 18 Fernando Esteves lançou uma plataforma portuguesa: o Polígrafo, “um jornal de *fact-checking* que visa verificar as afirmações que os protagonistas emitem no espaço público” (Esteves, 2018). O surgimento destas plataformas na internet tem permitido desmontar algumas *fake news*, em especial as que têm sido criadas no âmbito da comunicação política. Não é a finalidade do Polígrafo analisar as notícias:

O trabalho dos nossos colegas, sendo muito relevante, não é o nosso core business. Escolhemos avaliar e classificar, de acordo com uma escala, as declarações dos protagonistas das notícias, porque são eles os agentes proativos na difusão de inverdades no espaço público (Esteves, 2018),

- 19 reafirmando-se assim a urgência da função de verificação dos factos, recorrendo precisamente a um dos aliados das chamadas *fake news*, a tecnologia.
- 20 Wardle e Derakhshan sugerem que a par do *fact-checking* se devem fazer esforços no âmbito do *source-checking*, uma vez que a proliferação de fontes não-oficiais e da existência de páginas com outros propósitos que não os informativos exigem uma maior abrangência no ato de verificação (Wardle & Derakhshan, 2017).
- 21 O papel da verificação obriga a que as redações estejam munidas de condições e meios que permitam uma vigilância mais eficaz e que permita cruzar dados e verificar que práticas de desinformação são criadas, disseminadas e ampliadas (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 19), uma proposta que obriga a reativar princípios basilares do jornalismo: autenticidade para com os acontecimentos, lealdade para com os recetores, verificação dos factos, independência de interesses e poderes, vigilância, também na forma de contrapoder e do discurso/ideologia dominante, ser filtro e agir com liberdade e consciência, sem, no entanto, se sentir imune à crítica e à necessidade de apresentar a informação de uma forma compreensível.
- 22 O poder de amplificação dos meios de comunicação social também deve ser repensado por quem trabalha e decide dentro das redações. A partilha de informação não verificada, o alinhamento em mensagens e práticas de desinformação, não tem efetivamente contribuído para uma adequada distinção entre o que é notícia e o que é não-notícia. Falta ainda, no desempenho profissional, o cuidado de não se fornecer oxigénio a rumores ou situações em que se verifique que existem outros propósitos que não os de informar.
- 23 Neste exercício de questionamento em torno do fenómeno das *fake news* recupere-se a perspetiva de que a informação é, já há algum tempo, “um produto como qualquer outro, objeto de compra e venda, proveitoso ou dispendioso, condenado assim que deixa de ser rentável” (Halimi, 1998, p. 4).
- 24 É precisamente neste ambiente, em simultâneo exacerbado pela tecnologia e fragilizado pela perda de força do campo jornalístico, que as *fake news* encontraram terreno fértil para proliferar (Delmazo & Valente, 2017). Bell explica, numa entrevista à revista *Visão*: “Fake news é uma expressão que deixa as pessoas entusiasmadas, mas não é nova. A propaganda e a desinformação sempre existiram”. A novidade “são as “fábricas de notícias falsas” [páginas de internet que divulgam histórias fabricadas], que, em alguns casos, são criadas para influenciar eleições, noutros são apenas criadas para gerar

dinheiro, sem intenção maliciosa”, explica Maia (2018), uma informação corroborada pelos exemplos revelados pelos trabalhos dos autores citados ao longo deste artigo (Allcot & Gentzkow, 2017).

3. Fake news: protagonistas da atualidade?

- 25 A designação *fake news* tem levantado inúmeras questões. Palavra do ano em 2017, o termo foi definido por Allcot & Gentzkow (2017) como histórias noticiosas que não se baseiam em factos, mas que nos surgem como factos. Por outras palavras, significa que a
- 26 mensagem foi adulterada, falsificada, mas são integrados elementos reais como acontecimentos ou personalidades que dão sustentabilidade a que a mensagem facilmente seja aceite por quem a recebe.
- 27 Dentro do campo jornalístico, são os próprios profissionais a alertar para a noção de “falsidade das notícias falsas”; uma vez que “ou são notícias, ou são falsas. Porque não há notícias falsas, há mentiras”, o termo «*fake*» tanto quer dizer “falsas como falsificadas” (Carvalho, 2018). Neste alinhamento andam outros investigadores (Wardle, 2017; Wardle & Derakhshan, 2017; Boyd, 2017), que consideram a expressão inadequada para descrever o fenómeno complexo de *desinformação*.
- 28 Com a finalidade de lançar alguma sistematização sobre a expressão, Meneses sublinha a importância de se distinguir *fake news*, conceito enquadrado no âmbito de manipulação e desinformação, da noção de notícias falsas que recai sobre o jornalismo e as suas práticas. Num artigo recente propõe mesmo a conceptualização da expressão *fake news*: “um documento deliberadamente falso, publicado online, com o objetivo de manipular os consumidores” (Meneses, 2018, p.47). Para este profissional a definição concreta evita riscos desnecessários para o jornalismo e a liberdade de informação, sendo urgente a separação entre o que é produção jornalística e o que são *fake news*, até porque o universo de proliferação e ampliação de muitos dos esforços de desinformação atuais acaba sempre por se concentrar na propagação na internet.
- 29 Paulo Pena escreveu um artigo de opinião no *Diário de Notícias*, no final de 2018, na sequência de uma investigação jornalística que fez sobre as chamadas *fake news*, referindo-se às reações que se seguiram à reportagem. Se sempre foi difícil definir o que é a notícia, agora é o jornalismo que tem de se justificar perante um emaranhado de situações que diluíram as fronteiras e tornam difícil a distinção. O jornalista, ao explicar o percurso trilhado para a construção da reportagem, chama a atenção para toda a prática profissional, mas também coloca o dedo na ferida da comunicação social contemporânea, e na passividade da própria sociedade. Numa breve análise à situação verifica-se que mais depressa se pediram explicações ao jornalismo e aos jornalistas do que há a preocupação com os criadores e difusores de notícias incorretas ou adulteradas. Do que escreveu Paulo Pena retenha-se: “Este tema definirá, no futuro, a forma da nossa democracia. Leiam as caixas de comentários (...). Vejam quantas mensagens anti-política lá estão, e de desconfiança nos media, e de ódio”. E a complexidade da notícia e do não-acontecimento assume contornos novos sobre os quais importa refletir. Pena sublinha o papel preponderante do jornalismo em desmontar as situações:

(...). Não há muito que um jornalista possa fazer quanto a isso. Descobrir de quem são os sites difusores de mentiras, quem os paga, por que o fazem, se têm ou não

qualquer relação com Estados estrangeiros, é o meu modesto contributo para - pelo menos - mostrar aos leitores que devem ser céticos. Que devem desconfiar do que dizem os jornais (e exigir explicações), mas devem sobretudo desconfiar do que circula, por atalhos, nas redes sociais, sem nenhum nome que assuma a autoria, ou sem um título que garanta a responsabilidade (Pena, 2018).

- 30 Como se verifica neste caso, a aplicação da reflexividade à prática do ofício é uma mais-valia porque obriga o próprio profissional a assumir o compromisso com o público ao mesmo tempo que questiona os próprios procedimentos:

Neste caso, uma das fontes documentais que consultei indicava que o dono do *site* era um outro português, com o mesmo nome do verdadeiro dono. Pedi ajuda a pessoas que percebem mais de registos de internet do que eu. Chateei, insisti. E finalmente percebi que as fontes, mesmo as credíveis, podem errar. Por isso é importante sermos céticos. Podemos descobrir erros e não os publicar (Pena, 2018).

- 31 Em 2002, Traquina lembrava que o campo jornalístico sempre foi abalado pela inovação tecnológica, contribuindo para a aceleração dos processos de produção, mas também abrindo novas oportunidades e acesso a *vozes alternativas*, transformando-se numa “arena de disputa entre todos os membros da sociedade” (Traquina, 2002, p. 213).
- 32 Sobre a discussão em torno da informação falsa ou falsificada, Cervera destaca o papel de quem a recebe. “Não há notícias falsas: o que existem são consumidores indiferentes, ou pior, cúmplices”, acrescenta (Cervera, 2018).
- 33 Tandoc *et al.* consideram a audiência um elemento coconstrutor de sentido que não pode ser descurado no processo, na medida em que a sua falsidade depende em muito do modo como os recetores percecionam o que é falso como sendo real. Só quando a audiência confunde e não consegue distinguir o verdadeiro e o falso é que o jornalismo acaba por ser colocado em causa (Tandoc *et al.*, 2017). Deste modo, deve-se olhar para o fenómeno “enquanto problema que remete para a literacia digital e cívica, impactando na esfera das escolhas pessoais e do exercício da cidadania” (Cardoso & Baldi, 2018, p. 7-8).
- 34 Wardle identificou tipos, ou variações, de *fake news*, relacionadas com os problemas do ecossistema da informação, nomeadamente com má informação e desinformação, fazendo uma distinção na qual nos devemos concentrar sob pena de se colocar tudo na mesma categoria e não se conseguir uma elucidação do fenómeno. Nesta sistematização são identificadas três variações de *information disorder*. A expressão *Dis-information* refere-se a informação falsa e produzida deliberadamente com a intenção de prejudicar uma pessoa, um grupo social, uma organização ou um país, enquanto o conceito de *Mis-Information* diz respeito a uma mensagem que é falsa, mas não foi criada com intenção de prejudicar. Por último, Wardle refere-se à informação que é criada com a matéria-prima da realidade, mas que é usada com a finalidade de prejudicar como sendo *Mal-information* (Wardle, 2017, p. 20).
- 35 Cardoso e Baldi destacam no relatório da Obercom o ponto da situação das *fake news*, que pode discutir-se quer
- (...) numa perspectiva educacional e inclusivamente pré-tecnológica, a qual se prende com a falta de referências culturais por parte de um grupo de indivíduos que, quando confrontados com conteúdo informativo deficitário ou injustificado, não detêm a capacidade de distinguir, de forma eficiente, o que é verdade do que é mentira (Cardoso & Baldi, 2018, p. 9),
- 36 quer através de uma educação para os média que permita a qualquer cidadão “procurar informação e verificar factos”, uma vez que várias entidades consideram que esta “é a

forma mais eficiente de, a médio e longo-prazo, combater a desinformação e a potencial manipulação” (Cardoso & Baldi, 2018, p. 8-9).

- 37 No artigo de Meneses são identificadas algumas questões pertinentes sobre o papel da internet enquanto espaço propício à publicação, pela quantidade de mensagens existentes, mas também se questiona o papel da regulação em colocar na ordem a confusão que se estabelece entre o verdadeiro e o falso, já para não falar da questão financeira e do uso das notícias falsificadas como isco para atrair:
- É a internet que cria as fake news: pela facilidade de publicação (qualquer pessoa, em qualquer parte do mundo, pode publicar), pela desregulação (quem controla?), pela abundância de informações (milhões de informações disponíveis, de todo o tipo), pela facilidade de confundir verdadeiro e falso (manipular uma foto ou um vídeo nunca foi tão fácil) e pela facilidade de obter retorno financeiro com publicidade (Meneses, 2018, p. 48).
- 38 Mais do que o papel de criador, poder-se-á atribuir à internet a força potenciadora de adulterar, reaproveitar e espalhar as mensagens a uma escala sem precedentes.
- 39 Um exemplo concreto das *nuances* que se devem ter em conta em todo este processo está relacionado com a componente tecnológica que poderá ser difícil de travar, ou acompanhar, em termos de regulação. Os *bots*, programas com capacidade para simular a ação humana, conseguem transformar um tema em tendência a uma velocidade vertiginosa. “Estas bolhas de informações falsas são alimentadas por sistemas de algoritmos e pela estrutura de dados agregados em torno de utilizadores”, fomentando um consumo na maior parte das vezes desagregado e sem contextualização através de sistemas automatizados que criam relações através de algoritmos (Brites, Amaral & Catarino, 2018, p. 87). Todas estas situações carecem de uma reflexão profunda, até porque possibilitam uma instrumentalização das audiências (Amaral, 2016) com as consequências que se começam a vislumbrar quando são divulgados exercícios presumivelmente manipulatórios e habilmente desenhados para influenciar, por exemplo, campanhas políticas como as eleições norte-americanas ou brasileiras.
- 40 Sempre crítico do poder da comunicação de massas, Ramonet, em *Propagandas Silenciosas*, já mencionava três funções da internet que importa recuperar neste contexto. São vigiar, anunciar e vender. Na opinião deste especialista em média, “VIGIAR, porque cada manipulação na rede deixa uma marca; pouco a pouco, o navegador, sem o saber, desenha o seu auto-retrato em termos de centros de interesse”, numa alusão ao poder da internet para usar a informação que retira de cada indivíduo. Nesta linha de pensamento acrescenta a função comercial: “ANUNCIAR, porque a economia da internet é essencialmente de natureza publicitária”, que culmina na venda, na verdade, o verdadeiro objetivo de qualquer meio. A grande diferença no entender de Ramonet é o poder da rede para não só obter os dados de quem navega, mas ao mesmo tempo para lhe direcionar informação que o leve à compra (Ramonet, 2000).
- 41 Neste caso, o conjunto de nós interligados, como é definido por Castells, ao referir-se à galáxia internet, permite que organizações assumam um poder que deixa qualquer cidadão indefeso (Castells, 2004). Em paralelo, os públicos, as audiências, assumem-se como a “verdadeira riqueza” de um meio de comunicação. No entender de Ramonet antes “vendia-se informação”, com a internet “vendem-se consumidores aos anunciantes” (Ramonet, 2000, p. 20-21) e esta é uma questão basilar também para se

compreender o fenómeno atual porque os interesses económicos e políticos são o motor que está na base destes novos modos de manipulação.

42 Na análise coordenada por Wardle e Derakhshan, refere-se que os mecanismos de avaliação da credibilidade que antes dávamos como adquiridos são colocados em causa com o avanço das potencialidades das redes sociais (Wardle & Derakhshan, 2017). O fator reputação, baseado no reconhecimento e na familiaridade, é colocado em causa no emaranhado de informação com que somos bombardeados. Com frequência a maior parte dos recetores alinha e reage do mesmo modo de quem dentro do seu grupo partilha a mensagem, uma reação de tribo e adesão acrítica.

43 Para Manuel Pinto a mudança, quer tecnológica quer do papel, que cada cidadão tem ao ser também produtor de conteúdos, o que tem fragilizado as redações, pode até ter alterado

(...) os contextos e lógicas de trabalho, assim como as ferramentas e processos, mas não muda o que é básico: informação de interesse público, obtida por processos rigorosos e escrutináveis, verificada e contrastada, que resulta de uma escuta atenta da sociedade e de uma compreensão aprofundada dos fenómenos e situações (...) (Pinto, 2017).

44 Deste modo, preconiza-se que, tanto no passado como no presente, o jornalismo e os seus elementos básicos continuam recursos preponderantes no quotidiano dos cidadãos. Manuel Pinto sublinha:

Movimentos como o *slow journalism*, o hiperlocal ou o big data (convocando o trabalho de equipas numerosas e coordenadas para fazer face ao desbravar de grandes quantidades de dados, como aconteceu, a título de exemplo, com os Panama Papers) revelam que é com profissionais criteriosos, exigentes na investigação e sensíveis ao bem comum que o jornalismo pode sair dos impasses em que se encontra (Pinto, 2017).

45 Wardle e Derakhshan acrescentam a necessidade de compreender a componente emocional e ritualística da comunicação, uma vez que não basta querer regulamentar o processo comunicacional e informacional ou insistir na verificação dos factos após a veiculação de informação incorreta.

46 Numa era em que há uma proliferação de mensagens, e em que os filtros são difíceis de ativar, só com uma atitude proativa, baseada na insatisfação e na curiosidade, é que se poderá atenuar o efeito das práticas de má-informação e desinformação. Em simultâneo, exige-se que se reequacione o modo como se compreende e encara a comunicação, insistindo-se que a problemática tem de ser enquadrada no âmbito interdisciplinar (Wardle & Derakhshan, 2017).

Medi(t)ações iniciais (em vez de considerações finais)

47 As não-notícias são um produto e problema da sociedade atual, sejam *fake* ou *false*. Sobre este tema ainda é cedo para conclusões. Mas podem-se desde já elencar orientações para os assuntos que merecem discussão e para que se iniciem ações. Se há muito que para a maioria das pessoas não é fácil distinguir os vários conteúdos jornalísticos de comunicações de cariz comercial, nos dias de hoje, as mensagens com que todos somos bombardeados assumem outras proporções. O presente artigo pretende estimular a discussão sobre o assunto e a necessidade de uma conceptualização que evite confusões. *Fake* ou *false*, contrariam o propósito basilar da notícia (Kovach & Rosenstiel, 2005; Menezes, 2018). Propõe-se que a expressão *fake news*, sendo difícil de erradicar no uso,

deve ser encarada no sentido de notícias falsificadas, produzidas intencionalmente com outros propósitos que não os informativos.

48 Tendo em conta alguns dos principais aspetos nesta reflexão identificados, importa realçar dez pontos a necessitar de um maior debate:

1. A educação para os média pode ser um caminho para ajudar a elucidar a verdade e a mentira e a discernir uma da outra, sobretudo porque promove a competência crítica, para a qual capacita os indivíduos. O papel ativo de cada recetor, mas, acima de tudo, a sua capacidade de apreciação para filtrar e distinguir os meios e propósitos de comunicação, deveria ser uma preocupação central do sistema educativo e um princípio basilar da cidadania, pois um “indivíduo desinformado é incapaz de tomar decisões adequadas nas várias esferas da sua vida” (Fontcuberta, 1999, p. 113).
2. fator tempo, o imediatismo, o sacrifício à ideologia do direto reduziram “o tempo de análise e de reflexão”, provocando muitas vezes o desaparecimento do distanciamento em relação ao facto: em que “o cidadão é integrado no próprio acontecimento” (Ramonet, 2002).
3. Preparar melhores cidadãos exige a aquisição de novas competências, em especial numa era em que o excesso e a saturação de informação não significam melhor conhecimento. Uma pessoa mais bem informada é capaz de identificar os elementos essenciais para interpretar a realidade, detetar as omissões e ausências na informação divulgada, ter conhecimento das estratégias de persuasão ou tê-las presentes, conhecer os mecanismos da produção informativa e, acima de tudo, poder criticamente aceitar ou rejeitar o que lhe é transmitido.
4. Para resolver a desconfiança ter-se-á de valorizar a verdade, obrigando não só a uma mudança de paradigma na prática jornalística, mas também a uma alteração do papel que cada um tem de desempenhar, sejam as entidades governamentais e legislativas, seja o cidadão comum, por vezes cúmplice no ato de partilha.
5. Nos últimos tempos foram surgindo várias plataformas que têm como missão verificar muitas das mensagens que ecoam na esfera pública como sendo verdades absolutas. Apesar desse esforço, partilha-se a necessidade de criar/estimular mecanismos de *source-checking* (Wardle & Derakhshan, 2017), uma medida onerosa numa era em que o investimento no jornalismo de referência vai diminuindo.
6. Concorde-se com os vários autores em que a sistematização e o enquadramento conceptual do termo são uma prioridade na clarificação e identificação do fenómeno (Allcott & Gentzkow, 2017; Meneses, 2018; Tandoc, Lim, & Ling, 2017). Mas não basta isso. É preciso levantar questões, debater, esclarecer, mas acima de tudo ter uma atitude crítica e mobilizadora dentro do campo e da prática jornalística, com os próprios profissionais dentro do campo a não ignorarem o tema e a tomarem medidas.
7. No discurso político suplica-se por legislação, redes sociais começam a ser pressionadas para tomar posição e aplicar modos de regulação privada. Blogues e páginas de verificação rápida e denúncia de situações recuperam para a esfera pública a vontade de esclarecer. A literacia digital assume agora uma preponderância fulcral para ser trabalhada, quer junto das novas gerações, quer dos mais velhos, em muitos casos, muito frágeis no conhecimento da verdadeira dimensão do quanto os meios tecnológicos sabem sobre cada indivíduo.
8. Igualmente se considera urgente que os casos identificados como sendo *fake news* sejam rapidamente esclarecidos, embora se saiba que, tal como acontece com os rumores, o número de pessoas atingidas pelo esclarecimento é sempre inferior ao das que contactam com o assunto na primeira vez.
9. Uma das particularidades da noção de *fake news* é a multiplicidade de formas que assume, muito pela mediatização que também lhe é feita por um jornalismo que mais depressa destaca o *soundbite* do que esclarece e desmonta as manipulações. Esta pluralidade de opções

exige algum cuidado na definição de regras e limites, para não se correr o risco de limitar a liberdade de expressão ou o direito ao humor.

10. Ramonet defendia que, apesar de tudo, numa era da suspeição “toda a gente está absolutamente convencida de que é graças à informação que o ser humano vive como um ser livre” (2002, p. 25). E este é um mandamento que deve prevalecer. Até porque deve-se “olhar para a questão das *fake news* enquanto problema que remete para a literacia digital e cívica, impactando na esfera das escolhas pessoais e do exercício da cidadania” (Cardoso & Baldi, 2018).
- 49 Partilha-se com Ramonet a importância do escrutínio do cidadão e do seu papel enquanto agente ativo na sociedade. Há também que repensar a prática, até porque, como bem assinalou: “Os media não devem continuar a fazer de conta que são o olho que observa, mas que não pode ser visto” (Ramonet, 2002, 57).
- 50 Este exercício analítico começou com uma questão: porque é que as *fake news* se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo? Após algumas leituras e releituras defende-se a importância do jornalismo na manutenção de princípios basilares da sociedade. Um deles é o do direito à informação e à liberdade de expressão. Por esse motivo, enquadrar as *fake news* numa dimensão nova em que há uma intenção deliberada de manipular é uma sistematização crucial para se evitarem equívocos. O uso da expressão de modo indiferenciado não tem ajudado na distinção daquilo que surge de produção jornalística, as notícias, daquilo que é criado com outros propósitos, *não-notícias*.
- 51 Manuel Pinto numa análise ao papel do jornalista lembra a necessidade de se refletir sobre a prática da profissão:
- Os media e as novas redes digitais – e consequentemente os jornalistas – são, a um tempo, atores e veículos das transformações e das inovações e também laboratório e terreno batido pelas dinâmicas contraditórias que atravessam a sociedade (Pinto, 2017).
- 52 As notícias, não sendo exemplos perfeitos da verdade, podem e devem continuar a sua missão: informar. A prática de verificação de factos, a recolha de testemunhos, a busca incessante pelas sombras e ausências continuaram a ser orientações basilares de quem teima em professar o ofício. Apesar do paradoxo ter-se-á de aceitar que as *não-notícias* (independentemente da designação que tiverem) existem e estão presentes no quotidiano da humanidade. Com *false* ou *fake news* compete ao jornalismo fazer o seu caminho, informando.
-

BIBLIOGRAFIA

Abecassis, T. (2018, outubro 21). Em Portugal, as notícias falsas têm mais impacto no futebol do que na política. *Jornal Público*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/10/21/sociedade/noticia/fake-news-portugal-1848369> (Acedido a: 30 de outubro 2018).

- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.. Disponível em: <https://www.nber.org/papers/w23089> (Acedido a: 10 de outubro 2018).
- Amaral, I. (2016). *Redes sociais na internet: Sociabilidades emergentes*. Covilhã, Portugal: LABCOM.IFP.
- Bourdieu, P. (2001). *Sobre a televisão*. Oeiras, Portugal: Celta.
- Brites, M. J., Amaral, I. & Catarino, F. (2018). A era das “fake news”: o digital storytelling como promotor do pensamento crítico. *Journal of Digital Media & Interaction*, 1(1), 85-98. Disponível em: http://recil.grupolusofona.pt/xmlui/bitstream/handle/10437/8949/2018_Brites_Amaral_Catarino_AEraDasFakeNews.pdf?sequence=1 (Acedido a: 30 de outubro 2018).
- Castells, M. (2004). *A galáxia internet. Reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa, Portugal: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cardoso, G. & Baldi, V. (coord). (2018). As Fake News numa sociedade pós-verdade Contextualização, potenciais soluções e análise. *Relatório Obercom*. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf> (Acedido a: 5 de outubro 2018).
- Carvalho, C. (2018, outubro 21). Não há fake news. Chamam-lhe mentiras. *Diário de Notícias*. Disponível em: <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/21-out-2018/interior/nao-ha-fake-news-chamam-se-mentiras--10046425.html> (Acedido a: 22 de outubro 2018).
- Cervera, J. (2018, janeiro 16). Contra la verdade, las noticias falsas no existen. *Cuadernos de Periodistas*, 35. Asociación de la Prensa de Madrid. Disponível em: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-verdad-las-noticias-falsas-no-existen/> (Acedido a: 5 de setembro 2018).
- Delmazo, C. & Valente, J. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155-169. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/5682> (Acedido a: 13 de novembro 2018).
- Esteves, F. (2018, outubro 14). Liberdade, verdade e inovação: o Polígrafo chegou. *Polígrafo*. Disponível em: <https://poligrafo.sapo.pt/opiniao/artigos/liberdade-verdade-inovacao-o-poligrafo-chegou> (Acedido a: 20 de outubro 2018).
- Ferreira, G. B. (2017, março 23). Quem define a agenda na era da internet? *Observatório Europeu de Jornalismo*. Disponível em: <https://pt.ejo.ch/jornalismo/define-agenda-na-era-da-internet> (Acedido a: 20 de outubro 2018).
- Ferreira, G. B. (2018) *Sociologia dos Novos Media*. Covilhã, Portugal: Labcom:IFP.
- Fontcuberta, M. de (1999). *A notícia. Pistas para compreender o mundo*. Oeiras, Portugal: Editorial Notícias.
- Gillmor, D. (2005, janeiro). The end of objectivity (version 0.91). *Dan Gillmor on Grassroots Journalism, Etc*. Disponível em: https://dangillmor.typepad.com/dan_gillmor_on_grassroots/2005/01/the_end_of_obje.html (Acedido a: 5 de outubro 2018).
- Halimi, S. (1998). *Os novos cães de guarda*. Oeiras, Portugal: Celta.
- Hänska, M. & Bauchowitz, S. (2017). Tweeting for Brexit: How social media shaped the Referendum campaign. In *Brexit, Trump and the Media* (p. 27-31). Disponível em: http://eprints.lse.ac.uk/84614/1/Hanska-Ahy__tweeting-for-brexit.pdf (Acedido a: 15 de novembro 2018).

- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2005). *Elementos do jornalismo. O que é que os profissionais de jornalismo devem saber e o público exigir*. Porto, Portugal: Porto Editora.
- Maia, V. (2018, junho 26). Fake News: “As pessoas têm menos acesso a opinião contrárias às suas devido à forma como os algoritmos funcionam”. Entrevista a Fergus Bell, *Revista Visão*. Disponível em: <http://visao.sapo.pt/actualidade/entrevistas-visao/2018-06-23-Fake-News-As-pessoas-tem-menos-acesso-a-opinioes-contrarias-as-suas-devido-a-forma-como-os-algoritmos-funcionam> (Acedido a: 10 de setembro 2018).
- Meneses, J. P. (2018). Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news. *Observatório (OBS*)*, p. 37-53. [online]. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/1376/pdf> (Acedido a: 25 de novembro 2018).
- Pena, P. (2018, outubro 5). O jornalismo tem de explicar-se, as fake news nunca o farão. *Diário de Notícias*. Disponível em: <https://www.dn.pt/opiniao/opiniao-dn/convidados/interior/o-jornalismo-tem-de-explicar-se-asfakenewsnao10131862.html> (Acedido a: 5 de outubro 2018).
- Pinto, M. (2017). Ser jornalista. Roturas e continuidades. *Estudos de Jornalismo*, 7. Disponível em: http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20180201-ej7_2017.pdf (Acedido a: 6 outubro 2018).
- Ramonet, I. (2000). *Propagandas silenciosas. Massas, televisão, cinema*. Porto, Portugal: Campo das Letras.
- Ramonet, I. (2002). *A tirania da comunicação*. Porto, Portugal: Campo das Letras.
- Rodrigues, A. D. (1988). O acontecimento. *Revista de Comunicação e Linguagens. Jornalismo*, 8, 9-15.
- Schudson, M. & Zelizer, B. (2017). Fake news in context in understanding and addressing the disinformation ecosystem. *First Draft*. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf> (Acedido a: 1 de outubro 2018).
- Sousa, J. P. (2000). *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra, Portugal: Edições Minerva Coimbra.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W. & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”. A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143 [online]. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1360143?journalCode=rdij20> (Acedido a: 5 de setembro 2018).
- Traquina, N. (1988). As notícias. *Revista de Comunicação e Linguagens, Jornalismo*, 8, 29-49.
- Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Lisboa, Portugal: Quimera.
- Wardle, C. (2017, fevereiro 16). Fake News. It’s complicated. *First Draft*. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79> (Acedido a: 5 de setembro 2018).
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, Council of Europe Report*. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> (Acedido a: 5 de setembro 2018).

RESUMOS

Numa época em que a expressão *fake news* serve para categorizar muito do que se diz e escreve, importa refletir sobre o termo e o seu significado. O presente ensaio recupera alguns conceitos e algumas ideias sobre o papel do jornalismo e a sua função, mais importante do que nunca, na verificação de factos e no desmascaramento de práticas de desinformação que já não estão

apenas limitadas ao campo da política e ao esforço de propaganda de cariz ideológico. Na origem de muitas *fake news* estão interesses económicos e práticas comerciais que foram potenciadas pela internet. O esforço de reflexão surge no sentido de identificar e clarificar a expressão, enquadrando-a no atual ecossistema mediático contemporâneo.

At a time when the expression *fake news* serves to categorize much of what is spoken and written, it is important to reflect on the term and its meaning. This essay recovers some concepts and ideas about the role of journalism and its function, more important than ever, in fact-checking and exposing disinformation practices that are no longer limited only to the field of politics and the ideological propaganda effort. Certain economic interests and business practices that have been boosted by the Internet are behind many fake news stories. The effort of systematization and reflection arises in order to identify and clarify this expression, framing it in the current contemporary media ecosystem.

ÍNDICE

Keywords: fake news, false news, no event, journalism, facts

Palavras-chave: fake news, false news, não acontecimentos, jornalismo, factos

AUTOR

ANDREIA FERNANDES SILVA

Isvouga

Instituto Superior de Entre Douro e Vouga

a.silva@doc.isvouga.pt