



Digitalização, desinformação e notícias falsas: uma perspetiva histórica

Autor(es): Baptista, Carla

Publicado por: Imprensa da Universidade de Coimbra

URL persistente: URI:<http://hdl.handle.net/10316.2/47347>

DOI: DOI:https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7_4

Accessed : 22-Apr-2020 17:06:51

A navegação consulta e descarregamento dos títulos inseridos nas Bibliotecas Digitais UC Digitalis, UC Pombalina e UC Impactum, pressupõem a aceitação plena e sem reservas dos Termos e Condições de Uso destas Bibliotecas Digitais, disponíveis em <https://digitalis.uc.pt/pt-pt/termos>.

Conforme exposto nos referidos Termos e Condições de Uso, o descarregamento de títulos de acesso restrito requer uma licença válida de autorização devendo o utilizador aceder ao(s) documento(s) a partir de um endereço de IP da instituição detentora da supramencionada licença.

Ao utilizador é apenas permitido o descarregamento para uso pessoal, pelo que o emprego do(s) título(s) descarregado(s) para outro fim, designadamente comercial, carece de autorização do respetivo autor ou editor da obra.

Na medida em que todas as obras da UC Digitalis se encontram protegidas pelo Código do Direito de Autor e Direitos Conexos e demais legislação aplicável, toda a cópia, parcial ou total, deste documento, nos casos em que é legalmente admitida, deverá conter ou fazer-se acompanhar por este aviso.



DON'T BELIEVE EVERYTHING YOU READ ON THE INTERNET

FAKE

NEWS

AS

E A NOVA ORDEM

(DES)INFORMATIVA

NA ERA DA

PÓS-VERDADE

MANIPULAÇÃO

POLARIZAÇÃO

FILTER BUBLES

JOÃO FIGUEIRA

SÍLVIO SANTOS

ORG.

IMPRESA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA

COIMBRA UNIVERSITY PRESS

CARLA BAPTISTA

NOVA FCSH-Universidade Nova de Lisboa

<https://orcid.org/0000-0002-8188-3567>

DIGITALIZAÇÃO, DESINFORMAÇÃO E NOTÍCIAS FALSAS – UMA PERSPETIVA HISTÓRICA

DIGITIZATION, MISINFORMATION AND *FAKE NEWS* – A HISTORICAL PERSPECTIVE

RESUMO: Este artigo analisa as condições históricas que motivaram a decadência da esfera pública e promoveram o surgimento da desinformação e das notícias falsas em larga escala no ambiente digital. Procura compreender estes fenómenos ao longo de um percurso de transformações radicais que fragilizaram o jornalismo como instituição social e o desligaram do campo cultural. Resgatar a informação de qualidade e combater a informação distorcida exige voltar a pensar o jornalismo como um trabalho de resistência intelectual suportado por públicos esclarecidos.

Palavras-chave: Desinformação, Notícias Falsas, Esfera Pública, Jornalismo, Digitalização, História dos *Media*

ABSTRACT: This article analyses the historical conditions that eroded the public sphere and promoted disinformation and fake news on a large scale in the digital context. These phenomena are located across a path of radical transformations that weakened journalism as a social institution and disconnected it from the cultural field. The operation to rescue quality information and to fight distorted information claims to regain the vision of journalism as a work of intellectual resistance supported by enlightened audiences.

Keywords: Disinformation, Fake News, Public Sphere, Journalism, Digitalization, Media History

As notícias estragaram-se

Em Agosto de 2018, Alan Rusbridger, antigo chefe de redação (*editor-in-chief*) do *The Guardian*, publicou naquele jornal¹ uma reflexão sobre as

¹ Rusbridger, A. (2018, 31 de agosto). Alan Rusbridger: Who broke the news?. *The*

mudanças que afetaram o jornalismo nas últimas duas décadas. O texto anunciava uma crua novidade: as notícias estragaram-se. Rusbridger nunca foi um jornalista de investigação mas o seu trabalho no *The Guardian* treinou-o para a única pergunta relevante perante tão dramática constatação: quem estragou as notícias?

O texto de Rusbridger é fascinante por aquilo que ensina sobre alguns casos da história recente do jornalismo. Um deles refere-se aos meandros da investigação conduzida pelo *The Guardian* sobre as escutas ilegais praticadas durante anos pelo tablóide semanal mais lucrativo de Inglaterra, *News of the World*, propriedade do grupo liderado por Rupert Murdoch. Na cabeça de um editor da velha guarda, cuja crença no “bom” jornalismo vicejou na lama periodicamente lançada pelos agressivos tablóides ingleses, sempre existiram visões conflitantes sobre o jornalismo. O encerramento do *News of the World*, decidido pela administração em 2011 numa tentativa de minimizar os estragos causados pela revelação do escândalo que envolvia jornalistas sem ética, policiais corruptos e políticos coniventes, culminando uma investigação iniciada em 2009, teve o sabor de uma desforra. Durante anos, jornalistas oriundos dos dois mundos trocaram picardias nos clubes e encontros frequentados pela elite de Fleet Street: de um lado, os que aborreciam toda a gente com discursos pios sobre verdade, confiança e o valor de uma “marca” assente em reportagem de investigação obsessiva destinada a expor o mal; do outro, os seguidores de James Murdoch (filho do fundador e executivo do grupo News Corporation), proclamando que o lucro é a única garantia de independência e o fim que justifica todos os meios, incluindo abusar de métodos desleais (escutas, espionagem, suborno, intimidação e chantagem) para obter a maior parte das histórias publicadas.

As notícias foram estragadas pelos últimos praticantes. Minaram a confiança dos leitores fabricando histórias falsas, plantaram o cinismo em relação à democracia, promoveram lideranças populistas em busca de ganhos

Guardian. Consultado em <https://www.theguardian.com/news/2018/aug/31/alan-rusbridger-who-broke-the-news>.

políticos e financeiros e colheram os lucros de um negócio que prosperou em contextos profissionais eticamente desregulados. O jornalismo, tal como Rusbridger o viveu e continua a imaginar, foi capturado, perdeu o valor de bem público e desligou-se da missão de responsabilidade social. Para devolver a frescura às notícias, transformando-as num ingrediente saudável na dieta informativa do “bom cidadão”, isto é, sem enviesamentos ou manipulação dos factos, sem excessos persuasivos ou retóricos, é necessário revitalizar as práticas profissionais virtuosas. A tarefa essencial é separar as mentiras da verdade, aferindo a relevância através de critérios jornalísticos e praticando uma disciplinada verificação dos factos.

Tal missão não se confunde com campanhas justiceiras ou cruzadas morais e desenvolve-se dentro dos limites da profissão, implicando escrutínio do poder mas também reconhecimento da legitimidade das instituições. Exige um consenso prévio, fundado num caldo histórico que cimentou a crença coletiva no valor da imprensa livre como força promotora de uma cidadania forte. O reverso é o uso dos poderes dessa mesma imprensa para garantir o sucesso ou o boicote de causas particulares.

Esta visão tem o mérito de centrar o debate no território profissional dos jornalistas e motivar uma discussão séria nas redações comprometidas com valores éticos e balizas deontológicas. No entanto, mesmo que venha a robustecer-se graças a uma panóplia de boas soluções tecnológicas e societais, oferece uma resposta fragmentada perante um fenómeno abarcante da totalidade do ambiente informativo em que vivemos, mais vasto do que o universo do jornalismo.

O jornalismo é um mundo cheio de contradições. As práticas jornalísticas dos tablóides estão generalizadas. A ausência de filtros editoriais e a cacofonia de vozes circulantes no meio digital perturbou os formatos clássicos da narrativa jornalística. As notícias, anteriormente entendidas como textos breves contendo informação significativa para o coletivo, transformaram-se numa potência infinita em permanente estado de atualização. As possibilidades de participação foram aumentadas, mas implicam perdas de clareza, definição e propósito. Sem essas qualidades, as notícias... estragaram-se.

Esfera pública e capitalismo tardio

Quando Habermas publicou, em 1962, o livro *Mudança Estrutural da Esfera Pública*², deu sentido ao processo de criação, consolidação e decadência de uma constelação histórica específica chamada esfera pública burguesa, situado entre os finais do século XVIII e a primeira metade do século XIX. Foi nesse período que se tornou possível o reconhecimento de uma “formação social cuja prática comunicativa entre os seus membros permitia o despontar de uma opinião pública politicamente actuante.” (Gouveia, 2015, p. 123).

O processo comunicativo que funda a esfera pública, metaforizada na imagem de uma arena aberta a todos os que demonstrem aptidão cultural, é mediado pelo princípio da publicidade crítica. A esfera pública constrói-se através da participação não coagida dos membros da comunidade comunicativa na discussão pública. A fundamentação racional e a validação discursiva garantem a prevalência do melhor argumento e institucionalizam a esfera pública como porta voz da verdade. Independentemente da discussão sobre a falência deste conceito habermasiano, é fácil captar o seu potencial emancipador enquanto espaço de formação e explicitação de uma intersubjectividade fundada discursivamente, de modo reflexivo (não técnico ou estratégico), cuja legitimidade advém da exclusão dos interesses individuais.

A esfera pública, seja a possibilitada pelo capitalismo liberal, seja a transfigurada pelas crises económicas do capitalismo tardio, nunca foi um conceito politicamente neutro. O seu objetivo é afirmar-se enquanto espaço de poder e resistência destinado a limitar o poder deliberativo do Estado.

Habermas desenvolveu muitas reflexões posteriores a este livro, re-imaginando, em 1990, uma esfera pública transformada³. As formas de organização social radicalmente diferentes introduzidas pela formação que o autor designa como capitalismo tardio, emergente após a II Guerra Mundial, provocaram a sua derrocada. Habermas foi o primeiro a dar-se conta das possibilidades de distorção provocadas pela publicidade manipulativa, não pública, servindo

² Edição original: Habermas, J. (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

³ Reedição (2013) do original publicado em 1990.

interesses particulares não racionalizados e não legitimados pela disputa argumentativa. A radicalidade do seu projecto nunca excluiu os interesses privados que existem na sociedade. Mas deixou bem claro que estes não são extensíveis porque não aspiram à universalidade nem à verdade.

A opinião pública é constituída pela vontade de todos os que estão culturalmente preparados e aceitam participar na discussão como se fossem eruditos. Habermas associa a opinião não pública a um “processo aclamativo que tem lugar no interior de uma esfera pública pré-fabricada, cujos limites se confundem com os da esfera privada. No entanto, a possibilidade de restauração da esfera pública jamais é perdida de vista” (Gouveia, 2015, p. 128). Desejamos sublinhar os riscos democráticos associados ao abandono do conceito de esfera pública sem possibilidade de restauração. Tal movimento corresponde a uma reificação brutal do processo histórico que engendrou a sua lenta extinção. Inscrever o fenómeno das notícias falsas na história tem o mérito de desnaturalizar esse processo e contribuir para o dar a ver como uma construção política que foi retirando autonomia aos cidadãos e usurpando a vocação inicial da esfera pública, levando-a por um caminho minado pelas lógicas clientelares do mercado e pelos interesses privados. Nesse sentido, é um conceito útil para compreender a mudança histórica.

A desinformação generalizada é um dos principais sintomas da patologização aguda da vida comunicativa coletiva. A estrutura envolvente anteriormente designada por esfera pública, onde se entrava aceitando o convite para participar livremente numa comunicação não distorcida, foi pervertida num campo de jogos onde o exercício democrático se reduz a uma escolha do tipo referendário ou aclamativo. É evidente que tal espaço não se rege pelas regras universais que zelavam pela vitória dos melhores argumentos.

Comunicação, cultura e tecnologia

Bennet e Pfetsch (2018) sintetizam a complexidade de fenómenos concorrentes que contribuem para a proliferação de “esferas públicas disruptivas”. Os meios digitais permitiram a dispersão de vozes e pontos de vista. Os públicos, outrora agrupados forçosamente em torno de centros “de autori-

dade”, estão fragmentados. A Internet não organiza a discussão no sentido de permitir “comunicar através das diferenças” (Waisbord, 2016). A existência de informação abundante, circulando entre microesferas desconectadas, aumenta a confusão pela adição infinita de argumentos discordantes; ou a polarização, pela adesão automatizada, via distribuição algorítmica, a opiniões previamente concordantes.

Para além do fenómeno das notícias falsas, estratégia de atracção de gostos para gerar lucros ou simpatizantes, Bennet e Pfetsch (2018) alertam para a sistemática criação de realidades paralelas *online* onde as pessoas vivem encerradas em “bolhas”, resistentes ao confronto, hostis à validação e permeáveis a todo o tipo de manipulações que confirmem as suas profecias autorrealizadoras. A pós-verdade – cunhada palavra do ano em 2016 pelo Dicionário Oxford – traduz a aversão em desalojar uma crença tão enraizada na estrutura emocional dos indivíduos que resiste e até se fortalece perante a apresentação de argumentação racional e factual contraditória.

O processo comunicativo fundador da esfera pública é um ideal teórico sofrido, sempre em tensão entre as dificuldades de uma pulsão desejante e a luta para antecipar as condições aproximativas que permitissem operacionalizar a situação comunicativa ideal. O problema que vivemos hoje é mais do que a consciência e remediação das muitas injustiças históricas que foram excluindo actores e vozes da utopia democrática. Trata-se do desaparecimento do espaço público enquanto horizonte organizador dos processos de negociação que constroem sentido para as coisas que acontecem.

A mediação da sociedade provocou um primeiro choque erosivo, transferindo para os *media* a tarefa da partilha do sensível, da discussão pública, da resolução do conflito e da construção de visões sistémicas forjadas em consensos gerais. Apesar de todos os défices e usurpações hegemónicas assinalados neste processo, continuava a ser possível pensar o “jornal ideal”, aquele que punha “a nação inteira a falar consigo mesma”, na definição feliz de Arthur Miller⁴.

⁴ Segundo o Oxford Dictionary of American Quotations, a frase foi publicada pelo *The Observer*, em 26 de novembro de 1961.

A dissolução dos *media* tradicionais criou novos problemas de legitimidade e de organização, sobretudo numa fase que ainda permite o convívio de estruturas antigas (o legado) com os novos *media*. A transferência para o digital significou mais do que uma mudança de plataforma. Todo o circuito de produção, distribuição e recepção de notícias se processa em contextos radicalmente diferentes. A expressão “ecossistema das notícias” (Anderson 2013) procura reflectir a transição para uma teoria mais orgânica, capaz de abarcar as conexões que ocorrem simultaneamente em múltiplas dimensões num espaço globalizado.

A compreensão do funcionamento das democracias contemporâneas nas suas relações com os *media*, a política e os cidadãos, exige quadros teóricos abertos, flexíveis e complexos. A proliferação de prefixações com leituras catastrofistas – a já citada pós-verdade ou ainda pós-democracia (Crouch, 2004) – reflecte a angústia que resulta da dificuldade em entender o mundo em mudança.

Blumler (2015) sugere que vivemos na “quarta era de comunicação política”, caracterizada por ainda maior complexidade e abundância comunicativa com efeitos visíveis no espaço público: declínio dos serviços públicos de televisão, desintermediação entre políticos e cidadãos e uma grande diversidade de conteúdos, vozes e públicos. Trata-se do corolário da era precedente, formada a partir do final da década de 90 do século XX, marcada pela multiplicação de canais na televisão e na internet. Durante este período, a necessidade de alimentar uma máquina informativa contínua e cada vez mais voraz, comparada a uma hidra bestial (Blumler e Kavanagh, 1999), conduziu à profissionalização das fontes de informação e incrementou as respostas técnicas às necessidades crescentes de informação.

Ainda mais longínquos soam os ecos da segunda era da comunicação política, emergente entre as décadas de 60 e 90 do século XX, definida pela dominância da televisão de massas. A televisão foi o meio que forjou a espectacularização da política e a submeteu a formatos publicitários destinados a mobilizar e facilitar o consumo das mensagens pelas massas. Mesmo na fase de públicos globalizados congregados em redor da televisão eram previsíveis os sinais da crise de atenção futura.

Katz e Dayan (1992) criaram o conceito de “eventos mediáticos” para designarem uma categoria muito singular de acontecimentos programados que interrompem excepcionalmente as rotinas televisivas e transmitem “a história em directo”. Organizados em três categorias – acontecimentos de conflito ou competição (os Jogos Olímpicos), de coroação (casamentos reais ou funerais de estadistas) ou de conquista (dramatizações de iniciativas políticas/diplomáticas ou a chegada do homem à Lua), os eventos mediáticos dão simultaneamente conta do novo poder dos *media* para decretar a categoria do histórico e o incorporar numa narrativa pré-formatada, e da incapacidade das audiências globais para entenderem o histórico fora do âmbito de uma cerimónia mediática que as inclui, mas também as transcende.

A activação episódica da vida colectiva por via de acontecimentos excepcionais profundamente ritualizados aos quais as pessoas acedem e participam apenas na condição de espetadores já dava conta da permeabilidade da opinião pública global a estratégias de programação e ficcionalização do real. O livro de Katz e Dayan antecipou os formatos narrativos capazes de aglutinar uma atenção coletiva cada vez mais dispersa, que se expressa num registo emotivo, já que o modo de visionar e consumir estes eventos é sempre festivo e afetuoso, mesmo se os acontecimentos a que se reportam são tragédias.

O crescimento das fontes de informação e a sua concertação com as agendas mediáticas é transversal às sucessivas eras da comunicação política, com perdas para outros discursos concorrentes, como o jornalismo. Os aspectos institucionais tornaram-se cada vez mais centrais na determinação dos conteúdos jornalísticos, com esvaziamento da autonomia do campo (aliás, sempre problemática). Tal evolução explica a pacificação de relações anteriormente sentidas como antagonistas, designadamente entre jornalistas e profissionais oriundos do campo das relações públicas ou da publicidade. A neutralização desses conflitos de interesse e perspectiva é sintomática do alinhamento do jornalismo pelos discursos “estratégicos” em detrimento dos “altruístas”. Apesar de tudo, embora amputado de valores, credibilidade e influência, o jornalismo sobrevive.

Van Aelst et al., (2017:18) identificaram as principais mudanças na moderna comunicação política: diminuição da oferta e da diversidade de informação de qualidade, fragmentação e polarização dos conteúdos e dos usos mediáticos;

relativismo crescente no debate público e na opinião; maior selectividade no consumo de notícias. Convidam-nos a imaginar um cenário em que “as notícias sérias sobre assuntos públicos se tornaram tão irrelevantes que dificilmente é sustentável a tese de que são co-adjuvantes significativos para a democracia; em que a concentração da propriedade dos *media* e a sua instrumentalização comprometem seriamente a diversidade e o pluralismo; em que as pessoas só estão dispostas a consumir informação consistente com as suas convicções anteriores e rejeitam ser desafiadas nos seus rígidos quadros de pensamento e apropriação do mundo; em que as desigualdades no acesso e no consumo de notícias sobre política aumentam o fosso entre uma elite informada e uma massa de cidadãos desinformados, dispostos a acreditar que toda a gente tem direito, não só às suas opiniões, como aos seus próprios factos.”

A comunicação política gerada num ambiente mediático de “alta escolha”, na expressão dos autores, promove relações puramente mercantis com as notícias: estas são produzidas em série para satisfazer as preferências dos clientes e estes só “compram” as que lhes agradam. Vários estudos têm apontado a relação entre a mercantilização das notícias e a despolitização dos públicos. As escolhas dos últimos anos feitas por muitas marcas jornalísticas, apostando em histórias ligeiras, negativas, desprovidas de contexto ou investigação e forçando as reacções emocionais (como a raiva e o medo) em detrimento da análise racional, abriram o caminho para o fortalecimento de projetos políticos anti-democráticos e não inclusivos. A vivência democrática contemporânea está ferida por duas décadas de exploração intensiva pelos *media* dos efeitos patêmicos da comunicação política, multiplicados pelas redes sociais. A situação de risco do pluralismo e da diversidade mediática é tão preocupante que McChesney (2008, p. 36) lança uma pergunta provocatória: “sabemos que a democracia precisa do jornalismo. Mas, será que o jornalismo precisa da democracia?”.

O recente relatório produzido pelo grupo de peritos (Martens, Aguilar, Gomez-Herrera & Mueller-Langer, 2018) no âmbito da iniciativa da Comissão Europeia para combater a desinformação, revela como a maioria dos estudos empíricos realizados sobre consumos de notícias falsas não permitem distinguir com clareza quais são os efeitos à sua exposição. O relatório sublinha que a compreensão do fenómeno não pode desligar-se do processo

de transformação das notícias por via da digitalização. O consumo de notícias falsas parece compagnar-se com o de notícias geradas por meios tradicionais; porém, não está comprovado que diminua em função dos níveis de literacia mediática e pode ter origem em múltiplas motivações, como o simples desejo de diversificar as fontes noticiosas consultadas. O estudo é mais assertivo ao concluir que os meios digitais são mais favoráveis à propagação de notícias falsas e que as estratégias de verificação de factos têm um efeito limitado, pois apenas se aplicam a uma categoria reduzida de notícias (aquelas que podem ser desmentidas por via da contraposição de factos) e não são eficazes na correção das perceções erradas. Algumas investigações sugerem que os custos emocionais resultantes da dissonância cognitiva entre as crenças e a realidade levam a maioria das pessoas a rejeitarem a informação verificada. Outros indicam que as gratificações resultantes da exposição e partilha de notícias falsas levam à desvalorização dos riscos de manipulação.

Estes resultados limitados sobre as reais motivações e efeitos que levam as pessoas a procurar regularmente fontes de notícias falsas, parecem conduzir-nos ao problema original da democracia, mais relacionado com as efectivas possibilidades de participação do que com as eventuais decepções engendradas nesse processo. Não é aceitável que a democracia se reduza a um mero processo burocratizado que assegura uma elevada pluralidade de escolhas sem garantir a efectiva participação de todos os cidadãos de forma esclarecida. Neste sentido, o fenómeno das notícias falsas não pode compreender-se sem a concomitante erosão do campo cultural, que foi despreparando os cidadãos para fazer escolhas cívicas, sem no entanto lhes vedar a entrada na arena da história.

Desinformação e notícias falsas

A investigação sobre desinformação começa quase sempre por assinalar a sua prevalência na história. Relatos falsos, rumores, distorção, omissão de factos relevantes para a compreensão do acontecimento ou hiperbolização de detalhes dispersivos para a sua opacização são tão antigos como o próprio jornalismo. Alguns destes traços correspondem a gestos intencionais de dis-

torção da realidade, outros integram a narrativa jornalística enquanto recursos estilísticos destinados a aumentar os seus efeitos persuasivos. Seria ingénuo pensar que as notícias correspondem a relatos objetivos da realidade, ignorando que são recursos construídos para suportar uma fala comum. As notícias geram expectativas, incluindo as de explicar, comentar, opinar e entreter, bastante mais complexas do que simplesmente informar sobre factos.

O termo notícias falsas disparou nos motores de busca digitais após as eleições presidenciais norte-americanas de 2016, motivando um debate alargado sobre os riscos da manipulação *online* em larga escala. Embora por razões negativas, esta preocupação valoriza a informação como um recurso central para uma prática cidadã, posicionando-se como o reverso de um outro debate, culminado em 1980 com a publicação do relatório MacBride⁵. Este documento elevou a informação à condição de direito humano fundamental e advogou por uma “nova ordem mundial da informação e da comunicação mais justa” (NOMIC).

A NOMIC foi rapidamente boicotada pela configuração de poderes mundiais e permanece na memória europeia como possibilidade nostálgica e não concretizada de um mundo “constituído por muitas vozes”. As preocupações expressas no relatório MacBride tornaram-se suficientemente ameaçadoras para reconvocar a ideia de uma ordem mundial, desta vez da desinformação. Este enquadramento, associado a percepções recorrentes de declínio do jornalismo e dominação das lógicas de automatização de dados, capturou o pouco espaço disponível na política do presente para tratar as questões relacionadas com a comunicação.

A proliferação de métodos diversos de fabricação de notícias e o alargamento do jornalismo para géneros *borderline*, misturando informação e opinião, ou informação e entretenimento, levou a maioria dos autores a situar as notícias falsas dentro de um quadro em que existe uma intenção deliberada de causar mal público ou obter lucros. Nas restantes situações, trata-se de práticas jornalísticas com danos mais limitados que o próprio sistema dos *media*

⁵ International Commission for the Study of Communication Problems (1980). *Many voices one world: Towards a new more just and more efficient world information and communication order*. Paris: UNESCO. Consultado em <http://www.un-documents.net/macbride-report.pdf>

tende a reconhecer e corrigir. Esta circunscrição torna o conceito mais operativo e redireciona algumas (tímidas) medidas de combate para a ideia de mais transparência e mais recursos para fomentar a boa informação, identificada com o jornalismo de qualidade.

As notícias falsas não se devem confundir com conteúdos ilegais, embora possam por vezes coincidir, como o discurso de incitamento ao ódio, criminalizado em vários países na União Europeia (UE) (Alemanha e França são os pioneiros desta legislação).

Existem duas perspetivas sobre as notícias falsas: uma definição mais estreita considera apenas as notícias que podem ser desmentidas através da verificação dos factos. Várias empresas de *media* de referência (como o *Washington Post* ou o *New York Times*) têm desenvolvido uma panóplia de mecanismos e aplicações informáticas destinados a assinalar incorreções grosseiras nas declarações dos políticos, designadamente do presidente norte-americano, Donald Trump. Uma definição mais alargada inclui a tentativa deliberada de desinformar e distorcer as notícias, apresentando versões parciais ou incorretas de molde a aumentar o descontentamento, o ressentimento e a polarização. Estas práticas, sintetizadas numa palavra inglesa para a qual não existe uma boa tradução em português – *to slant* – introduzem variações na qualidade das notícias, e estão sujeitas a diversas intensidades morais (podem ser motivadas por razões comerciais, como atrair audiências particulares, aumentar os cliques e rentabilizar os produtos; ou políticas, como promover ideologias e candidatos populistas que baseiam a sua comunicação em mensagens satíricas, de medo ou intimidação).

Os peritos da UE afirmam no referido relatório que estão atentos às duas dimensões. A visão mais estreita questiona o comportamento do consumidor. A visão mais alargada interroga a estrutura do mercado de notícias digitais. Tendo em conta a tradição de não afrontamento da Comissão Europeia em matéria de regulação dos *media*, é fácil concluir qual das duas inspira a maioria das recomendações que encontramos no relatório. O documento estabelece um conjunto de medidas gerais, incluindo aumentar a transparência das notícias *online* e proteger a privacidade dos cidadãos, promover o uso de tecnologia de deteção de notícias falsas, fortalecer a cooperação entre “fact-checkers” independentes, aumentar a literacia mediática e “equilibrar a rela-

ção entre meios noticiosos tradicionais e as plataformas online” (Martens, Aguilar, Gomez-Herrera & Mueller-Langer, 2018, p. 48). Estas plataformas *online* são os gigantes que dominam a paisagem digital, como a Amazon, o Facebook, a Apple, a Google e o YouTube, os principais distribuidores de notícias falsas e desinformação. É muito pouco verosímil que a relação se equilibre naturalmente ou por via das benévolas recomendações europeias.

A Comissão Europeia recomenda que a distinção relativa à qualidade das notícias é, para já, uma tarefa da indústria, que deve reforçar as medidas de autorregulação e automonitorização. Considera não ser necessário propor mais regulação para além da já existente, designadamente as directivas europeias sobre protecção de dados, serviços de *media* audiovisuais e mecanismos em vigor de ajuda estatal aos *media*. Medidas mais restritivas, como a remoção de conteúdos, podem confundir-se com censura e limitações à liberdade de expressão na internet. No fundo, o relatório serve os interesses das mega plataformas que, reivindicando apenas o papel de agregadores e curadores de informação, desejam manter os imensos lucros sem assumir nenhuma das responsabilidades e respetivos encargos do papel reservado aos editores.

Conclusão

Este artigo procurou situar as notícias falsas e a desinformação no contexto de uma crise mais geral do jornalismo provocada pelas dinâmicas da digitalização. As notícias foram servidas tantas vezes estragadas, isto é, produzidas e comercializadas sem os critérios mínimos de qualidade que garantiam a sua ligação ao real e aos valores profissionais do jornalismo, que acabaram sendo rejeitadas ou desacreditadas.

As enormes variações na qualidade das notícias, de que o citado relatório da Comissão Europeia (2018) e outros estudos sobre desinformação e notícias falsas nos dão conta, não podem ser atribuídas exclusivamente a falhas no campo profissional do jornalismo. O ambiente digital permite o convívio na rede de infinitos meios produtores de conteúdos pseudonoticiosos. Notícias falsas e comunicação distorcida circulam sem regulação nas grandes plataformas agregadoras.

O resgate de um jornalismo profissional credível e mais centrado nas questões públicas, suportado por investigação rigorosa e sustentado em factos verificados pelos jornalistas, talvez seja a estratégia mais forte e eficaz contra a proliferação de informação distorcida destinada a boicotar o funcionamento da democracia, já que essas mensagens são virulentas com os valores do pluralismo, da diversidade cultural e da inclusão social.

O enfraquecimento da função mediadora do jornalismo, assegurando a ligação entre cidadãos e eleitos, permitindo a fixação e discussão de temas significativos no espaço público e escrutinando de forma independente os poderes, é fundamental para a sobrevivência dos regimes democráticos. Quando, em função da proliferação de notícias falsas e desinformação, começamos a sentir o desconforto de vivermos imersos num permanente “nevoeiro de equívocos” (Curran, 2010), e quando o esforço de acompanhamento da actualidade, ao invés de ser recompensado com a obtenção de esclarecimento, parece ser punido com mais confusão, então há uma crise do jornalismo. Segundo Curran (2010, p. 471), o problema com o argumento de que a destruição do jornalismo está a comprometer o entendimento do público é que às vezes o jornalismo contribui para aumentar o desconhecimento do público. Conhecer o trilho que nos levou das “boas notícias” para as “*fake news*” exige cidadãos conscientes das diferenças de qualidade existentes na quase infinita escolha informativa do presente digital e dispostos a interagir criticamente com os *media*.

Referências bibliográficas

- ANDERSON, C. W. (2012). Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. *New media & Society*, 15(7), 1005–1021.
- ANDERSON, C. W. (2011). Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. *Journalism*, 12(5), 550–566.
- AALBERG, T., Curran, J. (Eds.) (2012). *How media inform democracy: A comparative approach*. New York: Routledge.

- BENNETT, W. L. (2005). *News: The politics of illusion*. New York: Pearson/Longman.
- BENNETT, W. L., & Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of Communication*, 68(2), 243–253.
- MARTENS, B., Aguilar, L., Gomez-Herrera, E. & Mueller-Langer, F. (2018). *The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news – An economic perspective*. *Digital Economy Working Paper 2018-02*. Sevilha: European Commission, Joint Research Centre.
- BLUMLER, J. G. (2015). Core theories of political communication: Foundational and freshly minted. *Communication Theory*, 25(4), 426–438.
- BLUMLER, J. G. & Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: influences and features. *Political Communication*, 16(3), 209–230.
- CURRAN, J. (2010). The future of journalism. *Journalism Studies*, 11(4), 464–476.
- CROUCH, C. (2004). *Post-democracy*. Cambridge: Polity Press.
- DAHLGREN, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162.
- DJERF-PIERRE, M., Ekstrom, M., & Johansson, B. (2013). Policy failure or moral scandal? Political accountability, journalism and new public management. *Media Culture & Society*, 35(8), 960–976.
- DJERF-PIERRE, M., Ekstrom, M., Hakansson, N., & Johansson, B. (2014). The mediatization of political accountability. *Journalism Studies*, 15(3), 321–338.
- FENTON, N. (Ed.) (2010). *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*. London: Sage.
- GOUVEIA, A. J. (2015). *Habermas e a metamorfose da razão: Da crítica da “ideologia” à pragmática universal* (tese de doutoramento, Universidade Católica Portuguesa). Consultada em <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/20144/1/TESE%20-%20Antonio%20Portela%20Gouveia.pdf>
- HABERMAS, J. (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- HABERMAS, J. (1996). *Between facts and norms. Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Cambridge, UK: Polity Press.
- HABERMAS, J. (2002). *A crise de legitimacão no capitalismo tardio*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- HABERMAS, J. (2013). *A transformação estrutural da esfera pública*. Lisboa: Gulbenkian.

- HANITZSCH, T. (2011). Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries. *International Communication Gazette*, 73(6), 477–94.
- HANUSCH, F. (2015) A different breed altogether?. *Journalism Studies*, 16(6), 816-833.
- MCCHESNEY, R. W. (2008). *The political economy of media: Enduring issues, emerging dilemmas*. New York: Monthly Review Press.
- RUSBRIDGER, A. (2018, 31 de agosto). Alan Rusbridger: Who broke the news?. *The Guardian*. Consultado em <https://www.theguardian.com/news/2018/aug/31/alan-rusbridger-who-broke-the-news>.
- VAN AELST, P., Stromback, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheaffer, T. & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy?. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27.
- WAHL-JORGENSEN, K., Williams, A., Sambrook, R., Harris, J., Garcia-Blanco, I., Dencik, L., Cushion, S., Carter, C., & Stuart A. (2016). The future of journalism. *Digital Journalism*, 4(7), 809-815.
- WAISBORD, S. (2016). *Disconnections: Media sociology and communication across differences*. Paper presented at the conference of the International Communication Association, Fukuoka, Japan.