

FAKE NEWS: OS DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO JORNALISMO NA ERA DA PÓS-VERDADE

George Henrique Aires Borges¹

Alessandra G. Duarte Lima²

Paulo Roberto Albuquerque Lima³

RESUMO

O presente artigo analisa o contexto geral do Jornalismo até a entrada na temida era da pós-verdade, nascida a partir da revolução tecnológica e das novas plataformas digitais sociais. Nesses novos ambientes aparecem os falsos jornalistas e o Jornalismo passa a viver o dilema das *fake news*. São apontados os principais desafios e oportunidades da profissão no mundo contemporâneo, o papel social do Jornalismo na vida das pessoas, o contexto histórico da revolução das mídias digitais, a chegada do fenômeno de disseminação em massa das falsas notícias e o seu alcance até adentrar à era da pós-verdade – era que gera descrédito para jornalistas e veículos de comunicação em parte causado pela queda da obrigatoriedade do diploma e das ideologias alimentadas pelos partidos políticos. As pessoas passam a acreditar somente naquilo que lhes convém e os jornalistas precisam contra-atacar, assumindo o papel de guardião da credibilidade das notícias.

Palavras-chave: Jornalismo. *Fake news*. Mídias digitais. Pós-verdade.

FAKE NEWS: THE CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF JOURNALISM IN THE POST-TRUTH AGE

ABSTRACT: This article examines the general context of Journalism until it enters the dreaded post-truth era, born of the technological revolution and the new social digital platforms. In these new environments appear the false journalists and Journalism begins to live the fake news dilemma. The main challenges and opportunities of the profession in the contemporary world are pointed out, the social role of journalism in people's lives, the historical context of the digital media revolution, the arrival of the phenomenon of mass dissemination of false news and its reach until it reaches It is a post-truth era - one that generates discredit for journalists and media outlets partly caused by the fall of the compulsory diploma and the ideologies fueled by political parties. People only believe in what suits them, and journalists need to counter attack, taking on the role of guardian of the credibility of the news.

¹ Acadêmico do curso de graduação em Jornalismo da Universidade de Gurupi - UnirG. E-mail: georgehenrique15ab@gmail.com.br

² Mestre em Gestão e Desenvolvimento Regional, Relações Públicas, professora adjunta I do curso de graduação em Jornalismo da Universidade de Gurupi – UnirG. E-mail: aleduarte@unirg.edu.br

³ Mestre em Comunicação e Sociedade, especializado em Comunicação Empresarial e em Direito Ambiental, graduado em Jornalismo e em Direito, professor substituto do curso de graduação em Jornalismo da Universidade de Gurupi – UnirG. E-mail: pauloalbuka@gmail.com

Keywords: Journalism. Fake news. Digital media. Post truth.

1 INTRODUÇÃO

O Jornalismo é uma das profissões mais fascinantes do mundo. Colabora para a transformação de muitas vidas, contribui para a resolução de problemas sociais, ajuda a apurar fatos relacionados à corrupção e muitas outras mazelas sociais por meio de técnicas de apuração. O Jornalismo denuncia tendo por base fatos reais. Porém, tudo isso pode estar comprometido devido às notícias falsas disseminadas pela internet.

Boatos e mentiras têm histórico antigo. Desde os primórdios da humanidade as mentiras são plantadas no meio da sociedade para justificar pontos de vista ou conseguir alcançar algum objetivo. O que mudou foi a nomenclatura e os meios pelos quais elas são disseminadas. O termo *fake news* ganhou força durante a corrida presidencial dos Estados Unidos, em 2016, entre Donald Trump e Hillary Clinton, fazendo com que as notícias falsas se tornassem objeto de estudo em todo o mundo.

A rapidez na veiculação de informações com o surgimento da internet, festejada como uma conquista para alcançar a plenitude da democracia e facilitar o acesso à informação, está cada vez mais ofuscada pelos boatos e mentiras semeadas em plataformas sociais e pela ausência de ferramentas eficazes no combate ao problema.

A revolução causada pelas novas tecnologias é um dos fios condutores deste trabalho para o entendimento das práticas de produção de notícias mentirosas, os fatores que oportunizam a proliferação rápida e em massa nas mídias sociais e os reflexos negativos que respingam no Jornalismo tradicional.

Foram analisados os conceitos do Jornalismo, a entrada na era da “pós-verdade” e a disseminação de notícias falsas nas redes sociais. Alguns pontos importantes como a abrangência das mídias digitais, a velocidade da informação e a queda da obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão de jornalista também são tratados ao longo do trabalho.

Neste contexto, o artigo buscou levantar os principais desafios e oportunidades do Jornalismo diante das *fake news* na atualidade, sendo elaborado por meio de pesquisa bibliográfica em livros, artigos científicos, dissertações, teses, sites, estudando fenômenos descritos por autores como Clóvis Rossi, Matthew D’ Ancona, Michiko Kakutani, Nilson Lage, Rogério Christofolletti, entre outros que trazem abordagens temáticas sobre o assunto.

2 JORNALISMO, NOVAS MÍDIAS E A DESINFORMAÇÃO

2.1 CONCEITOS DE JORNALISMO

O Jornalismo é uma das atividades mais importantes da sociedade organizada e livre. Inúmeros são os conceitos relacionados ao exercício dessa profissão. De maneira geral pode-se enraizar a ética, a imparcialidade e a transparência como compromissos essenciais ao profissional da comunicação. Para Cláudio Abramo (1923-1987): “o jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter” (ABRAMO apud NASSIF, 2010). Nassif, inclusive, considera Abramo como um importante jornalista brasileiro e grande influenciador dos novos rumos da imprensa a partir dos anos de 1970. O pensamento de Abramo está claramente ligado aos conceitos básicos do Jornalismo.

De acordo com Lage (2014, p.20), “o jornalismo é uma prática social que decorre da evolução da sociedade e consequente fragmentação de conhecimentos e funções da vida social”. Nesse prisma, vale lembrar que a sociedade vai moldando e é moldada pelo Jornalismo que nela é praticado. Assim, quando mais complexo e segmentado o tecido social, mais núcleos de atuação possui o Jornalismo. A neutralidade e a objetividade são outros dois caminhos defendidos no exercício jornalístico, padrão este copiado dos norte-americanos, que indica que as palavras lançadas precisam ter credibilidade diante dos leitores e consumidores das notícias.

Nesse aspecto, o jornalista precisa saber selecionar o que é de interesse público para, assim, veicular determinada informação. Dentro do trabalho de seleção dos fatos, não pode se esquivar de buscar sempre a verdade e demonstrar a visão de todas as partes envolvidas (o chamado contraditório). Tudo isso passa por uma apuração de qualidade para evitar que uma notícia cheia de inverdades venha a prejudicar pessoas e/ou instituições. Porém, essa neutralidade e/ou objetividade é quase impossível em um contexto de sentimentos e opiniões diversas.

Jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista de mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens. Mas uma batalha nem por isso menos importante do ponto de vista político e social, o que justifica e explica as imensas verbas canalizadas por governos, partidos, empresários e entidades diversas para o que se convencionou chamar veículos de comunicação de massa. (ROSSI, 2000, p.7).

Rossi (2000) rema contra as definições-padrão do Jornalismo e estabelece a objetividade e a neutralidade como mitos. De acordo com ele, os profissionais da imprensa carregam consigo formações culturais, impressões pessoais de determinados assuntos, emoções e sentimentos que os diferem uns dos outros em suas opiniões. Toda essa diferença colabora para o profissional enxergar o fato testemunhado de forma diferente de outros jornalistas.

É realmente inviável exigir dos jornalistas que deixem em casa todos esses condicionamentos e se comportem, diante da notícia, como profissionais assépticos, ou como a objetiva de uma máquina fotográfica, registrando o que acontece sem imprimir, ao fazer o seu relato, as emoções e as impressões puramente pessoais que o fato neles provocou. (ROSSI, 2000, p.10).

Christofoletti (2008, p.27) defende que “o jornalismo está povoado de mitos. [...] A objetividade plena, a imparcialidade total, o *glamour* da carreira, o poder ilimitado da mídia, todos eles também são mitos que ainda perduram por aí”. A sociedade, em si, é movida por interesses comerciais, políticos ou ideológicos. Nesse aspecto, a atividade jornalística precisa se eximir ao máximo das ideologias para não alimentar falsas versões (ou notícias) e promover determinadas personalidades públicas, empresas ou vender uma ideia de forma antiética.

O jornalismo não combina com a ilusão ou a mentira. Por princípio, ele é contrário a isso. Desde que passamos a considerar o jornalismo como uma prática de caráter social voltada para o coletivo, vinculamos as atividades jornalísticas à verdade e à fidelidade dos fatos e versões. O entendimento geral é de que o noticiário nos auxilia a compreender o mundo ao redor e que as manchetes permitem alguma organização dos acontecimentos passados. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p.27).

Para uma definição direta e prática pode-se tomar como direcionamento a Teoria do Espelho. Esta teoria defende que o Jornalismo reflete o fato tal como ele é, ou seja, o jornalista repercute uma notícia como retrato fiel da realidade. A notícia é reflexo dos acontecimentos diários. Esse princípio continua a ser defendido até hoje por alguns profissionais do Jornalismo. É o sonho da imparcialidade, que almeja a credibilidade e a legitimidade das informações veiculadas de modo objetivo. (PENA, 2008 apud SOUZA, 2017).

As possibilidades para a execução das atividades jornalísticas são variadas. Desde o trabalho investigativo com apontamentos e denúncias na televisão, impresso, rádio, online, até serviços de assessoria de imprensa corporativa ou política. Mas,

mesmo conflitando os interesses pessoais de seus assessorados, o jornalista não pode se esquivar de divulgar os fatos como eles são.

Em qualquer organização em que atue, o jornalista deverá empenhar-se pela mais ampla difusão dos fatos de interesses público, pela confiabilidade dos dados, relatos e análises de terceiros que divulga e pelo respeito à pluralidade de interesses que conflitam na sociedade. (LAGE, 2014, p.21).

No Brasil, desde 17 de junho de 2009, não é exigido diploma para o jornalista exercer a profissão. Alguns dos pontos defendidos para a inexigibilidade do diploma é que ele passou a ser imposto durante a Ditadura Militar e “fere” o artigo 5º da Constituição Federal de 1988, no que tange à liberdade de expressão e a liberdade de informação. Porém, o exercício da profissão não está ligado somente à liberdade, ela vai além de uma mera expressão. Todos são livres para manifestar seu ponto de vista, mas ser jornalista vai além disso. Implica técnicas, formação do senso crítico, análise do contexto social e histórico. (MELO, 2017).

É preciso bem mais do que talento no trato com as palavras. É preciso ter um conhecimento amplo sobre cultura e legislação; uma formação sólida sobre os valores éticos que fundamentam a vida em sociedade e que consolide as conquistas da civilização; o conhecimento das regras deontológicas da profissão, como por exemplo ouvir sempre as várias partes interessadas em uma disputa; uma disciplina quase que doentia para checar as informações antes de divulgá-las. Além disso, é preciso que o profissional adquira conhecimentos técnicos necessários para entrevistar, reportar, editar, e pesquisar os assuntos mais variados. (FENAJ, 2002 apud MELO, 2017, p.210).

A inexigibilidade do diploma trouxe mais prejuízos do que benefícios à sociedade. Em nada alterou a percepção que se tinha sobre a liberdade de expressão, algo já profundamente enraizado entre os brasileiros. Trouxe, sim, em seu bojo, um contínuo relaxamento para com as técnicas da atividade/profissão jornalística que, junto à explosão de possibilidades para comunicar, criou uma legião de ‘jornalistas’. Muitos deles, a maioria, responsáveis pelo tema que impulsiona este artigo.

2.2 A REVOLUÇÃO DAS MÍDIAS DIGITAIS

As mídias digitais revolucionaram a forma das pessoas relacionarem-se no mundo. As práticas comunicacionais deram um salto em relação à rapidez com que as informações são concebidas e veiculadas, as distâncias estreitaram-se e tudo acontece em tempo real. Isso é possível graças à rede mundial de computadores e às

novas tecnologias criadas a partir da invenção dos computadores e de sua evolução. Os celulares antigamente serviam apenas para receber e fazer ligações ou, no máximo, receber e enviar mensagens SMS⁴.

No mundo contemporâneo, esses aparelhos simbolizam nada mais e nada menos que o universo nas mãos das pessoas. É possível, em tempo real, acompanhar a previsão do tempo, ficar antenado ao futebol, receber notícias de todos os cantos do mundo, criar um ambiente de comunicação dentro do grupo de trabalho, realizar compras em lojas virtuais, comunicar-se com amigos e conhecidos em todas as partes do mundo, entre outras atividades.

Dentro das mídias sociais e digitais existem as famosas redes sociais e aplicativos como *Facebook*, *Google* e *YouTube*. É impossível pensar a concepção de mundo atual sem a existência dos *smartphones*, suas ferramentas e conexões, como pontua Ancona (2018). Há 50 anos essa interação era totalmente inconcebível, por isso “O tecido conjuntivo da web é um dos maiores feitos da história da inovação humana” (ANCONA, 2018, p.50). De acordo com Neto, Barreto e Souza (2015), ao observar a estrutura social do mundo pós-moderno, pode-se defender a impossibilidade de isolamento dos atores sociais e suas conexões por causa do grande fluxo de informação que impactam as estruturas das redes sociais.

[...] as Mídias Sociais são sites na Internet que possibilitam a criação colaborativa de conteúdos (participação), a interação social (relação entre pessoas) e o “compartilhamento de informações em múltiplos formatos”. Já as Redes Sociais, “são ambientes cujo foco é reunir pessoas”, ou seja, estabelecer redes (teias de amizades) entre os participantes. (TELLES, 2010 apud NETO; BARRETO; SOUZA, 2015, p.14).

Com toda essa transformação causada pelas mídias digitais, a imprensa passa por mudanças. O impresso, a televisão e o rádio não são mais unanimidades com suas páginas e sinais analógicos. Se transformam, passam a atuar no digital, assim como novas plataformas surgem para dar visibilidade e rapidez a assuntos de interesse público. (SOUZA, 2017).

A partir de 1995, de maneira cada vez mais rápida, as mídias digitais e a internet passam a fazer parte do cotidiano, espalhando-se não apenas no uso de computadores, mas também, em um segundo momento, em celulares, *smartphones* e outros equipamentos. O cotidiano se conecta, o que significam mídias digitais. (MARTINO, 2015 apud SOUZA, 2017, p.5).

⁴ Sigla “Short Message Service” (inglês) que em português significa Serviço de Mensagens Curtas e serve para enviar mensagens de texto.

Segundo Souza (2017), o conceito de compartilhamento, construído pela internet, interliga pessoas e conhecimentos. Desse modo, como defende Santaella (2013 apud SOUZA, 2017), os cidadãos passam a gerar conteúdos e criam vínculos uns com os outros. Vivencia-se uma cultura participativa em que uma pessoa conta determinado assunto e todos as outras podem colaborar. Cada indivíduo entende, a partir de então, que suas contribuições importam em determinado contexto social e podem fazer a diferença.

(...) a democratização libertadora da informação possibilitada pela internet não apenas estimulou a inovação e um empreendedorismo de tirar o fôlego, como também deu origem a uma enxurrada de desinformação e relativismo, conforme evidenciado pela atual epidemia de notícias falsas. (KAKUTANI, 2018, p.54).

Para Andrew Keen (2007 apud KAKUTANI, 2018, p.38), no livro *O Culto do Amador*, “a internet não havia apenas democratizado a informação de maneira inimaginável, como também estava fazendo com que a ‘sabedoria das multidões’ tomasse o lugar do conhecimento legítimo”. Portanto, essa construção popular de sabedoria no ambiente virtual passa a ser perigosa por não diferenciar os fatos reais das opiniões pessoais e nem os argumentos comprovados nos trabalhos científicos e/ou dados apurados com ética profissional de meras especulações ideológicas.

2.3 FAKE NEWS E A PÓS-VERDADE

O termo pós-verdade nasceu ainda em 1992, pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich, nos primórdios da internet e das redes sociais. Já naquela época, Tesich vislumbrava um mundo exposto à falta de compromisso com a verdade por causa do mau uso da internet e do próprio comportamento humano (SANTOS, 2018). Segundo Priolli (2017), o Dicionário *Oxford* consagrou a pós-verdade como a palavra destaque do ano de 2016 no mundo político e jornalístico, pouco mais de 20 anos depois do termo ser utilizado pela primeira vez.

O dicionário define a pós-verdade como um adjetivo “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais”. (PRIOLLI, 2017). Se algo é verdadeiro ou fictício não importa, o importante é se mexe ou não com as

emoções das pessoas. Não está relacionado somente à mentira, mas também à indiferença com a verdade dos fatos, um apelo para o emocional.

A revista *The Economist*, uma das responsáveis por popularizar o termo “pós-verdade”, atribui essa era de notícias mentirosas às redes sociais e internet. A velocidade com que as fofocas, os rumores e as inverdades são espalhadas na rede é preocupante. De acordo com a revista, no ambiente digital e *online*, as notícias falsas são produto da pós-verdade pelo fato das pessoas acreditarem mais uns nos outros do que em órgãos tradicionais da imprensa. Nessa perspectiva, as notícias ganham aparência de verdade e conquistam cada vez mais visibilidade e compartilhamento. (PRIOLLI, 2017).

Na visão de Priolli (2017), a “pós-verdade” configura o nascimento do “pós-jornalismo”, sem profissionais compromissados com as técnicas de apuração e a ética. Segundo ele, o jornalista “Não é mais aquele que duvida, pergunta, reflete, busca interpretar a complexidade do mundo, mas que afirma peremptoriamente, sentencia, reitera, constrói a realidade conforme os lobbies que faz ou defende”. (PRIOLLI, 2017). Tudo isso se agrava pelo fato dos jornalistas também demonstrarem suas posições, sem isenção e imparcialidade.

Atividades de cunho político-partidários, na atualidade, são os maiores responsáveis por produção de notícias falsas. O ápice ocorreu durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos, no ano de 2016, em que lendas sobre Barack Obama e Hillary Clinton foram criadas e prontamente aceitas pelo eleitorado. Mentiras semeadas como a que os Clinton haviam matado um de seus assessores na década de 1990 e que Obama não era americano e teria fundado o Estado Islâmico beneficiaram diretamente no resultado final das eleições em favor de Donald Trump. (PRIOLLI, 2017).

A temática política mostrou-se terreno fértil para a disseminação de *fake news*. Segundo análise do site *Buzzfeed News*, nos últimos três meses da campanha para as eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2016, as notícias falsas com melhor desempenho no *Facebook* geraram mais engajamento que as *top stories* de veículos de comunicação como *The New York Times*, *Washington Post*, *Huffington Post*, *NBC News*, entre outros. (DELMAZO; VALENTE, 2018, p.159).

De acordo com Kakutani (2018), em toda a história da humanidade os políticos sempre distorceram a realidade, mas, atualmente, os meios de comunicação de massa – a começar pela TV até chegar nos aparelhos e ferramentas do mundo digital

– deram a eles uma nova perspectiva para agirem de má-fé e abusar do poder junto aos cidadãos. Em outras palavras, facilitou a persuasão pelo grande alcance das mídias digitais que se tornaram instrumentos preciosos na criação de uma verdade fictícia.

No entendimento de Ancona (2018, p.34), “as mentiras, as manipulações e as falsidades políticas enfaticamente não são o mesmo que a pós-verdade. A novidade não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso”. As pessoas se agradam com os discursos mentirosos e os abraçam como uma verdade absoluta. Ao contrário de indignar-se com o falso, ficam indiferentes à verdade e comungam de pensamentos mentirosos.

Segundo Baldacci, Buono e Grass (2017 apud DELMAZO; VALENTE, 2018), os públicos consumidores de notícias são influenciados por opiniões moldadas e parecidas de confirmação das suas visões de mundo. Uma das características para a notícia tornar-se falsa, de acordo com Bounegru *et al.* (2017 apud DELMAZO; VALENTE, 2018, p.157), é que ela precisa “mobilizar um grande número de públicos – incluindo testemunhas, aliados, reações e partilhas, assim como oponentes para contestar, sinalizar e desmenti-los”.

[...] as pessoas confiam primeiramente no próprio julgamento das fontes e da mensagem para atestar a veracidade de um conteúdo. Quando isso não se mostra suficiente, buscam-se fontes externas para tentar essa autenticação, sejam elas interpessoais ou institucionais. Nesse processo, o volume de partilhas e o potencial de viralidade são comumente considerados como métricas de autenticidade e não apenas de popularidade. (TANDOC et al., 2017 apud DELMAZO; VALENTE, 2018, p.158).

O descrédito das mídias tradicionais é um reflexo paralelo ao universo político, como defende Priolli (2017). A ausência de credibilidade é parte do contexto em que a imprensa trabalha o mundo pela ótica de seus interesses editoriais e não pela importância dos fatos. O interesse de classe, político, empresarial e outros são levados em consideração de acordo com a ótica de cada veículo de comunicação.

A “pós-verdade” talvez expresse, no plano da mídia, a mesma perda de credibilidade que afeta a política. Uma imprensa que se acredita “a serviço do Brasil”, “de rabo preso com o leitor”, que “faz a diferença”, que tem “tudo a ver”, padece hoje da desconfiança tanto do público de esquerda quanto daquele de direita. (PRIOLLI, 2017).

Compreende-se, automaticamente, que o despreparo dos internautas nessa realidade cercada pelo virtual pode “influenciar seus medos e ressentimentos ao promover narrativas virais e convincentes que servem de base para realidades alternativas” (KAKUTANI, 2018, p. 98). Desse modo, as mídias digitais tornaram-se canais para os políticos desacreditarem o Jornalismo, atacá-lo com veemência, criarem uma certa animosidade entre a população e os jornalistas e apontarem matérias como *fake news*. Nos Estados Unidos, como narra Kakutani (2018), Donald Trump classifica os jornalistas como “inimigos do povo”.

Entramos em uma nova fase de combate político e intelectual, em que ortodoxias e instituições democráticas estão sendo abaladas em suas bases por uma onda de populismo ameaçador. A racionalidade está ameaçada pela emoção; a diversidade, pelo nativismo; a liberdade, por um movimento rumo à autocracia. Mais do que nunca, a prática da política é percebida como um jogo de soma zero, em vez de uma disputa entre ideias. A ciência é tratada com suspeição e, às vezes, franco desprezo. (ANCONA, 2018, p.19).

É alarmante a quantidade de informações mentirosas repassadas pelos políticos diariamente nos meios de comunicação para desestabilizar instituições importantes e ganhar o apoio popular envolta de suas ideias. Ancona (2018, p.20) afirma que o site *PolitiFact*, investigador de informações e ganhador do Prêmio Pulitzer, revelou que “69% das declarações de Trump são ‘predominantemente falsas’, ‘falsas’ ou ‘mentirosas’”.

3 OS DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO JORNALISMO FRENTE ÀS *FAKE NEWS*

Desde o final do século XIX o Jornalismo atua de forma a fiscalizar os agentes públicos e as instituições do Estado. Essa atuação, segundo Marques (2018), estabeleceu um contrato abstrato entre o jornalista e a sociedade que determinava princípios de objetividade e imparcialidade. “O jornalismo desejava construir uma imagem de si como instituição capaz de confeccionar conteúdos de boa qualidade, submetidos a um controle que implica rotinas e técnicas de produção próprias” (MARQUES, 2018, p.3). Esse comportamento permeava a ideia de credibilidade na apuração e transcrição dos fatos reais. Dessa maneira, o Jornalismo se consolida enquanto campo social no século XX.

Marques (2018) reitera que, com a internet e o surgimento das mídias digitais e redes sociais, o Jornalismo tradicional passa a ter menos credibilidade. Outros agentes, sejam assessores de imprensa ou pessoas comuns, passam a produzir conteúdo e disputar espaços com os profissionais da área influenciando a opinião pública. Esses conteúdos temáticos confirmam a visão de mundo de cada usuário e, quanto mais acessados nas redes sociais digitais, mais ficarão em evidência controlados com algoritmos que “gerenciam o que será exibido com maior frequência na linha do tempo que nós apenas temos a impressão de controlar” (MARQUES, 2018, p.4).

Para compreender melhor os desafios do Jornalismo nessa era de disseminação em massa de falsas notícias é preciso entender os principais motivos de sua existência. Especialistas garantem que as *fake news* existem desde os primórdios da história da humanidade, mas que nunca foram tão abundantes como nos dias de hoje com o surgimento das redes sociais. Todo esse universo digital contribui para a veiculação rápida e eficiente de informações mentirosas, uma verdadeira ameaça à democracia e ao acesso à informação pelo cidadão. (BRITO, 2017).

De acordo com o jornal britânico *The Telegraph*, *fake news* são notícias falsas que podem existir por cinco motivos: com o intuito de enganar o leitor; como uma tomada acidental de partido que leva a uma mentira; com algum objetivo escondido do público, motivado por interesses; com a propagação acidental de fatos enganosos; ou com a intenção de fazer piada e gerar humor. (BRITO, 2017).

Muitos problemas identificados nos ambientes de disseminação de notícias falsas estão ligados, principalmente, ao campo ideológico político-partidário ou à construção de uma sociedade ideal na visão unilateral de cada pessoa. O que mais preocupa é a radicalização dos usuários e os discursos de ódio praticados a partir da concepção das *fake news*, segundo Bessas (2018). Muitos usuários passaram a excluir suas contas das redes sociais por causa do clima hostil vivenciado entre os usuários e os debates ríspidos na esfera política.

Nem toda informação falsa pode ser tratada como *fake news*. Existem duas características para diferenciar notícia mentirosa de somente boatos: a repercussão e a semelhança com uma notícia verdadeira. (MARQUES, 2018).

O primeiro ponto se relaciona diretamente à facilidade em publicar conteúdos nas redes sociais digitais. É cômodo clicar. É cômodo repercutir se tal ato não traz consequências imediatas ao usuário. Quando conteúdos maliciosos chegam até nós graças ao compartilhamento feito por pessoas em quem confiamos, então, o estrago está feito. É por isso que se mostra particularmente perigosa a difusão de informações falsas por parte de autoridades políticas – aliás, são cada vez mais frequentes os casos de parlamentares que divulgam fotos como se fossem originalmente ligadas a um evento político que lhes é de interesse. (MARQUES, 2018, p.5).

Dewey (2016 apud DELMAZO; VALENTE, 2018) revela que quase 60% dos usuários não clicam ou abrem os *links*⁵ nas redes sociais. Dessa maneira, títulos chamativos e sensacionalistas são o suficiente para provocar compartilhamento em massa. “Mesmo quando os *links* são clicados, poucos leitores vão passar dos primeiros parágrafos, o que facilita ainda mais o trabalho de elaboração de uma notícia falsa” (DELMAZO; VALENTE, 2018, p.158).

Dada a gravidade do assunto, as reações às notícias falsas começam a ganhar mais força. Dentre elas, além das normas jurídicas que passam a prever punições ou a criar mecanismos que facilitem retirar “do ar” conteúdos inverídicos, está a emergência do chamado “jornalismo de checagem de fatos”. Ainda que o nome não seja dos mais apropriados – afinal, todo bom jornalismo checa fatos –, as entidades dedicadas a essa atividade têm se projetado. Uma de suas marcas não é necessariamente o confronto com agentes e instituições públicas, mas o próprio uso das tecnologias de comunicação digital a fim de aperfeiçoar os mecanismos de controle, fiscalização e prestação de contas. (MARQUES, 2018, p.6).

Os jornalistas precisam adotar iniciativas para orientar os usuários a não acreditarem facilmente em frases de efeito. É preciso encontrar alternativas de orientação às pessoas para não confiarem em todas as informações lançadas nas redes, a desconfiarem dos títulos cheios de espetáculos e a criarem instrumentos de defesas para os transtornos que a era digital e da “pós-verdade” proporcionam. Como a maioria das notícias falsas parte de ideologias partidárias, é necessário, também, a contribuição das autoridades políticas em não acusar de *fake news* toda reportagem negativa a respeito de sua imagem apenas para preservar seus interesses e confundir a opinião pública e superestimar as que lhe dão todas as qualidades do mundo. (MARQUES, 2018).

O jornalismo tem como tarefas revelar a complexidade, a nuance e o paradoxo da vida pública, desmascarar a transgressão e – o mais importante de tudo – regar as raízes da democracia com um fornecimento constante de

⁵ Palavra de origem inglesa que significa hiperligação – um texto, palavra ou imagem que, ao ser clicado pelo usuário, o encaminha para outra página na internet que pode conter outros textos ou imagens.

notícias confiáveis. Exatamente quando a confiança na mídia é mais requerida, ela, de acordo com pesquisas de opinião mundiais, caiu ao menor número de todos os tempos. (ANCONA, 2018, p.45).

As próprias redes sociais, como aponta Ancona (2018), começam a apresentar soluções para o problema das *fake news*. O *Facebook*, por exemplo, trabalha com alguns checadores de informações independentes e o *Snapchat* com diretrizes que proíbem *links* fraudulentos, exigindo exatidão na apuração das informações em seus canais “*Discover*”. Embora seja uma missão árdua, por causa da quantidade de notícias duvidosas espalhadas nas mídias, uma oportunidade em meio a este cenário é a especialização dos jornalistas no combate dessas fontes duvidosas.

Na visão de Santos e Spinelli (2017, p.14), o próprio Jornalismo precisa encarar a situação com profissionalismo, proporcionar ações efetivas de enfrentamento dessa problemática, conscientizar os leitores sobre a importância do consumo de informações confiáveis e “assumir o papel de guardião da credibilidade das notícias”. A esperança está depositada na dedicação de tempo por parte do profissional para contextualizar os fatos e entregar à sociedade notícias de qualidade, não somente furos de reportagens.

Na era da pós-verdade, em que fatos objetivos são menos relevantes que emoções e crenças pessoais, o jornalismo precisa apostar na sua essência: o compromisso com a qualidade e apuração dos fatos. Jornalismo precisa criar impacto, amplificar vozes e conquistar uma audiência que, como mostram pesquisas citadas nesse artigo, estão cada vez mais descrentes nos veículos de mídia. (SANTOS; SPINELLI, 2017, p.14).

Ancona (2018, p.101) reitera que “ensinar a navegar na web com discernimento é a missão cultural mais urgente de nossa época”, e compreende este ensino como uma verdadeira oportunidade aos jornalistas, entre tantas outras, diante deste cenário de *fake news*, para começar a recuperar a credibilidade. Ele também defende a necessidade de responsabilizar os seus produtores e, principalmente, os grandes e poderosos veículos disseminadores de conteúdo nas mídias sociais digitais – o *Facebook* e o *Google*.

Mesmo com esses mecanismos de verificação e combate às *fake news* sendo criados e colocados em prática, até mesmo dentro da legislação, é preciso entender que a era da pós-verdade não acabará repentinamente. As mentiras, com certeza, podem ser facilmente derrotadas por um fato bem checado, porém a pós-verdade é um fenômeno emocional e, desse modo, sobrepõe a disputa mentira x verdade. Está

muito mais ligado ao comportamento das pessoas diante da verdade do que o próprio exercício da verdade em si. Portanto, é conveniente agir com ética, persistência e coragem para apurar e esperar, a longo prazo, os resultados. Dessa forma, de acordo com Ancona (2018, p.129), “a verdade se revelará”.

O esforço contra as notícias falsas contempla tanto aspectos éticos, de compromisso com a verdade e processos de trabalhos que diminuam o erro. As formas de *fake news* são variadas. As tecnologias estão em constante transformação. Por isso, é fundamental a atualização e reflexão sobre as práticas jornalísticas para combater a pós-verdade. A busca por maior credibilidade também contribui para que o público não acredite em tudo que vê na internet. O reforço na qualidade do material produzido pelo jornalismo pode ajudá-lo na reafirmação do seu papel de mediação social, criação de uma identidade coletiva e fomentação da democracia. (ALVES, 2017, p.64)

A busca pela verdade é um dilema, como defende Alves (2017), dada a complexidade dos contextos sociais e a busca incessante por cliques nas mídias sociais digitais. Mesmo, aparentemente, parecendo impossível converter a situação, é necessário persistir com objetividade e clareza na busca da verdade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo existindo há muito tempo, com a revolução causada pelas mídias digitais, as *fake news* vem tomando uma proporção incontrolável, principalmente por causa das ideologias alimentadas por este tipo de notícia que confirma a visão de cada pessoa sobre o mundo e suas particularidades. O auge ocorreu durante as eleições presidenciais americanas de 2016 e vem ganhando mais força a cada ano.

Em vista disso, a sociedade passa a debater sobre o combate a esse mal que afeta diretamente a vida das pessoas e que também desafia o Jornalismo. Todo desafio corrobora para o surgimento de novas oportunidades e, entre elas, podemos destacar a possibilidade de criar meios para a análise de notícias suspeitas e o resgate da discussão sobre a importância do diploma para o exercício da profissão.

Cabe aos jornalistas a missão de combater a era da pós-verdade por meio de uma reflexão de suas próprias práticas, conscientizar as pessoas sobre a importância de checar as fontes e dedicar-se na produção de materiais de qualidade. Não que a era da pós-verdade será facilmente derrotada, mas é preciso dar passos no combate a esse mal.

REFERÊNCIAS

ALVES, Esdras de Lima. **A pós-verdade e seus desafios para o jornalismo**. TCC do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre – RS, 2017. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/177688>>. Acesso em: 16 set.2019.

ANCONA, Matthew D'. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News**. Tradução de Carlos Szlak. 1ª edição brasileira. Barueri: Faro Editorial, 2018.

BESSAS, Alex. **Redes em xeque! 'Fake news' colocam as mídias digitais como risco à democracia**. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/pampulha/redes-em-xeque-fake-news-colocam-as-m%C3%ADdias-digitais-como-risco-%C3%A0-democracia-1.1590318>>. Acesso em: 14 nov.2018.

BRITO, Sabrina. **O impacto das fake news no dia a dia do jornalismo**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/pos-verdade/o-impacto-das-fake-news-no-dia-dia-do-jornalismo/>>. Acesso em: 04 dez.2018.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

DELMAZO, Calorine; VALENTE, Jonas C.L. **Fake News nas Redes Sociais Online: Propagação e Reações à Desinformação em Busca de Cliques**. Media & Jornalismo, Lisboa, v.18, n.32., abr.2018. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012>. Acesso em: 10 out.2018.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump**. Tradução de André Czarnobai e Marcela Duarte. 1ª edição. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LAGE, Nilson. **Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas**. Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, vol.1, n.1 p.20-25, Jan-Jul, 2014. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/6080/3724>>. Acesso em: 17 nov.2018.

MARQUES, Jamil. **Que desafios as fake news impõem ao jornalismo e à política?**. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/opinioao/artigos/que->

_____. **Significado de Link**. Disponível em:
<<https://www.significados.com.br/link/>>. Acesso em: 29 nov.2018.

SOUZA, Rogério Martins. **Investigando as *fake news*: análise das agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil**. Intercom, Volta Redonda, 15 p., jun.2017. Disponível em:
<<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0343-1.pdf>>. Acesso em: 01 nov.2018.