

# INTRODUÇÃO

Copyright © 2019  
SBPjor / Associação Brasileira de  
Pesquisadores em  
Jornalismo

MOZAHIR SALOMÃO BRUCK, LORENA TÁRCIA E RENIRA  
RAMPAZZO GAMBARATO

*Editores convidados*

DOI: 10.25200/BJR.v15n3.2019.1270

Ao publicar o *Dossiê Fake News: desafios e riscos para o jornalismo contemporâneo*, a *Brazilian Journalism Research* reúne estudos e investigações que buscam lançar luzes sobre grave fenômeno midiático – de origens, natureza e motivações tão diversas quanto opacas – que foi catapultado, na atualidade, especialmente, na segunda metade da década de 2010, nomeadamente com o processo eleitoral estadunidense para a escolha do presidente daquele país. E passados menos de cinco anos da explosão, por assim dizer, das *fake news*, o que se observa é que as notícias falsas e ocorrências assemelhadas possuem um inesgotável poder de se reinventar, de se reinscrever e estabelecer novas formas, modos e procedimentos nos processos de produção e distribuição.

No *call for papers* (CFP) deste dossiê, buscou-se chamar atenção para o elevado nível de toxidade presente nos elementos e agentes que atuam nas linhas de produção e circulação das notícias falsas. Não se deve desconhecer, por isso mesmo, que seu caráter agressivo, muitas vezes criminoso e incitador de dissonâncias e conflitos, demonstra que a questão transcende a dimensões sociotécnicas de geração e oferta de conteúdo. *Fake news* têm o objetivo de desinformar. De desestabilizar

o ecossistema midiático. De (con)fundir processos político-ideológicos desracionalizados e estados emocionais já à flor da pele a respeito de determinados temas, marcados pelo dissenso e pela polêmica.

Por isso mesmo, se discutir *fake news* é, antes, debruçar-se sobre os complexos processos de mediação e midiaticização contemporâneos, por meio dos quais a sociedade interconectada e globalizada faz circular posicionamentos acirrados, discursos de intolerância e ódio e falseamentos intencionais. Investigações aprofundadas no âmbito do jornalismo sobre o tema são cada vez mais urgentes.

Passemos à apresentação dos textos.

No artigo “A checagem cruzada como estratégia de legitimação do campo jornalístico em reação às *fake news*”, Maria Ivete Trevisan Fossá e Kauane Andressa Müller (ambas da UFSM-RS) buscam compreender, a partir do estudo do *Projeto Comprova*, o que podem ser consideradas estratégias de legitimação do campo jornalístico frente ao contexto de desinformação provocado pelas notícias falsas. No entendimento das autoras, a principal estratégia acionada no caso em tela é a de credibilidade, obtida em um acordo entre jornalismo e sociedade, que permite que seja estabelecida uma relação de confiança. Outro apontamento relevante é que o trabalho de checagem vem acrescentando ao ambiente jornalístico um novo conceito de notícia, à medida em que mesmo que fatos checados sejam considerados falsos, a esta altura, a midiaticização da informação falsa e sua respectiva checagem já ganharam visibilidade e, muitas vezes, destaque na imprensa.

A problemática da credibilidade no jornalismo frente às notícias falsas também se faz presente na relevante discussão apresentada por Marcelo Träsel, Sílvia Lisboa e Giulia Reis Vinciprova (UFRGS), no texto “Pós-verdade e confiança no jornalismo: uma análise de indicadores de credibilidade em veículos brasileiros”. Partindo do diagnóstico de que o fenômeno da desinformação provocado pelas notícias falsas nas redes digitais se intensificou na segunda década dos anos 2000 no Brasil, os autores assumem uma distinta conceituação em que optam pela denominação de pseudojornalismo, objetivando classificar textos fraudulentos que usam os recursos narrativos jornalísticos para ludibriar a audiência. Na segunda parte do estudo, são apresentados resultados de uma análise de 23 produtores de conteúdo político do país com maior

audiência no *Facebook*, a partir dos indicadores de credibilidade desenvolvidos pelo Projeto Credibilidade (Trust Project). Os resultados sugerem que, no cenário atual, não é possível distinguir o jornalismo de qualidade do pseudojornalismo a partir das características dos websites e matérias publicadas por produtores de conteúdo político.

Em “A pauta da desinformação: ‘fake news’ e análise de categorizações de pertencimento na eleição presidencial brasileira em 2018”, Adriana Braga e Mônica Chaves (PUC-Rio) retomam o momento das eleições presidenciais de 2018 no Brasil em que se observou uma explosiva disseminação de histórias falsas em aplicativos de mensagens e redes sociais. Valendo-se da ferramenta etnometodológica Análise de Categorização de Pertencimento, as autoras analisaram, por 20 dias, entre as votações de primeiro e segundo turnos, mais de três centenas de postagens referentes a temas políticos, das quais 228 eram desmentidos de histórias falsas disseminadas em aplicativos de troca de mensagens e redes sociais da internet, com objetivo de analisar as categorizações de pertencimento enunciadas pelos (as) disseminadores (as) dessas histórias falsas.

De clara potência hermenêutica, a contribuição de Eli Borges Júnior (USP- SP), com o texto “O que é a pós-verdade? Elementos para uma crítica do conceito” coloca para si a instigante tarefa de examinar criticamente os usos do termo pós-verdade, buscando problematizar em que medida a sua apropriação pode ou não se apresentar como dispositivo útil na leitura de uma noção contemporânea de opinião pública. O autor parte do que considera ser um acentuado uso que a expressão recebeu nos últimos tempos, sobretudo em referência ao advento do fenômeno da propagação das chamadas *fake news*. O artigo estabelece-se a partir de duas questões fundamentais: uma indagação sobre em que medida o termo “pós-verdade” faz sentido para aquilo que em geral se deseja dizer com ele e, outra, subjacente, diz respeito, no contexto do que denomina de hipertrofia das tecnologias de comunicação e de suas redes sociais, à ressignificação da própria ideia de verdade.

No artigo “Aplicativo Verific.ai: automatização de checagem de notícias nas eleições brasileiras de 2018”, Dario Brito Rocha Jr., Anthony José da Cunha Carneiro Lins, Alice Cristiny Ferreira de Souza, Luiz Felipe de Oliveira, André Henrique Leitão e Flávio Henrique Santos apresentam os resultados de uma pesquisa

aplicada e detalham o processo de criação, desenvolvimento e teste da plataforma Verific.ai – uma ferramenta de automatização de checagens de links noticiosos para aparelhos que atuam com o sistema operacional Android. A plataforma aplica a técnica da mineração de dados a partir da definição de critérios de verdade e falsidade das notícias no ambiente digital. Os resultados mostram a possibilidade de delinear e aplicar critérios para evidencição rápida de conteúdo com potencial falso, ao mesmo tempo em que evidencia que tipo de conteúdo tem sido colocado em xeque pelo público consumidor de notícias na internet.

Em “O joio, o trigo, o filtro e as bolhas: uma discussão sobre *fake news*, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes”, Sylvia Moretzsohn (Universidade do Minho, Portugal) busca compreender historicamente o contexto de surgimento das agências brasileiras de checagem. A autora assinala o equívoco de se estabelecer uma linha divisória na qual a imprensa tradicional seria a exclusiva fonte para a informação confiável. Além disso, aponta a necessidade de um aprofundamento da discussão sobre credibilidade, em um tempo em que os padrões da informação de referência são contestados e as crenças parecem autorizadas a prevalecer sobre as evidências. Para recuperar o papel do jornalismo neste contexto, Moretzsohn defende buscar uma saída fora do campo racional para depois recuperá-lo, de modo a desativar os afetos que levam à formação das bolhas refratárias a qualquer crítica.

O texto “Conteúdos virais no *Facebook*: estudo de caso na pré-campanha das eleições presidenciais brasileiras 2018” objetiva identificar os padrões nas mensagens oriundas de sites produtores/difusores de informação manipulada com o objetivo de se tornarem virais no *Facebook*. Máira Bittencourt (Universidade Federal de Sergipe), João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal) e Marco de Andrade (Instituto Federal de Rondônia) analisam padrões de linguagem e formato de conteúdo produzidos por jovens veículos de comunicação brasileiros criados no período entre o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff e o contexto pré-eleitoral do presidente Jair Bolsonaro. Os resultados apontam que os posts com mais partilhas têm algumas características comuns em três quesitos: formato de conteúdo, estratégia de linguagem e fonte de informação.

Pedro Jerónimo, juntamente com os professores João

Carlos Correia e Anabela Gradim, todos vinculados à UBI, apresenta-nos o texto “*Fake news*: emoção, crença e razão na partilha seletiva em contextos de proximidade”. O artigo reflete sobre as *fake news* a partir do que considera serem contextos de aumento da influência do discurso e ação populistas, tomando-se as cenas políticas de Brasil, Reino Unido, Estados Unidos e Itália. Parte, para tal, de pressupostos advindos da chamada teoria dos efeitos limitados, entre eles: a efetiva participação das audiências na distribuição das notícias falsas; que os *prosumers* estão envolvidos em contextos de proximidade que facilitam a exposição, percepção, memorização seletivas, e que é nesses contextos de proximidade que o fenômeno tende a se agravar. Como destacam os autores:

A existência de um comportamento de partilha seletiva, que resulta de uma re-leitura crítica da teoria dos efeitos limitados, conducente à existência de efeitos propagandísticos em que o reforço de convicções prévia é essencial para o prosseguimento da partilha e consequente aparição dascascata de desinformação.

Também se mostram profundamente oportunas as indicações proporcionadas pelo artigo de Xosé López-García, construído em parceria com os pesquisadores Ángel Vizoso e Sara Pérez-Seijo. Em “Iniciativas de verificación en el escenario de la desinformación. Actantes en planes integrados con estrategias multinivel”, os autores buscam problematizar ações de combate e prevenção contra as *fake news*, valendo-se de estudos de ações tomadas por diferentes atores com a capacidade de impedir a disseminação de notícias falsas: instituições europeias e governos nacionais, os *media* e as principais empresas tecnológicas. A investigação se debruçou sobre relatórios e textos legislativos ou a revisão do crescimento das iniciativas de *fact-checking*, buscando, dessa forma, apresentar ao leitor uma panorâmica sobre como a desinformação é abordada na União Europeia.

Enfim, agradecemos a todos os autores que submeteram seus artigos a este dossiê e acreditamos que o leitor tenha, neste conjunto de trabalhos, um retrato pertinente e atualizado das principais questões em seus distintos vieses em termos das noções de *fake news* e pós-verdade, ao oferecer importantes indicações acerca dos graves riscos e desafios que as notícias falsas significam e podem significar para o jornalismo, percebido em sua

institucionalidade, seu papel e a função social, sua credibilidade e sua inequívoca relevância para a defesa do exercício da cidadania e da própria democracia.

Boa leitura.