

JORNALISMO, E-SPHERE E LITERACIA MEDIÁTICA: O IMPERATIVO DA VERIFICAÇÃO DE FACTOS NA ERA GLOBAL E DIGITAL

Paulo M. Barroso, *Instituto Politécnico de Viseu (Portugal)*

Resumo

Questionando o contributo da literacia jornalística na nova configuração virtual da esfera pública, seremos mais capazes de discernir o que é verdade do que é falso. Como as notícias falsas não são fáceis de identificar, a literacia dos *media* é um conhecimento básico sobre a natureza dos *media* e o modo como estes funcionam. Seguindo uma abordagem teórica e conceptual, baseada no exemplo do Polígrafo, discute-se o *fact-checking* como prática de fomento de literacia mediática, cidadania e democraticidade na *e-sphere*. Os objetivos são: a) compreender os fundamentos e desafios da comunicação na era digital; b) compreender as repercussões desta nova dimensão da comunicação na era digital e reconhecer as notícias falsas e a desinformação no ambiente digital como obstáculos à esfera pública moderna e à literacia dos *media*.

Palavras-chave

e-sphere, jornalismo, literacia, *media*, notícias falsas

INTRODUÇÃO

“E se todos os outros aceitaram a mentira que o partilho impôs - se todos contaram a mesma história - então a mentira passou para a história e tornou-se verdade.”
George Orwell, 1984.

A circulação de informações falsas não é recente: faz parte da história dos *media*. Apesar da missão do jornalismo em procurar e narrar a verdade, já proliferavam informações falsas antes dos *media* sociais. Todavia, foi com os *media* sociais que as informações falsas adquiriram um renovado fulgor, atraindo e influenciando a opinião pública. Apesar das funções sociais do jornalismo em informar, esclarecer e socializar, McLuhan alertava para os efeitos contrários em “Culture without literacy” (1953). Advertindo sobre situações de falsidade, omissão, mentira ou manipulação, e que agora proliferam na *e-sphere*, McLuhan apelava para cuidado em interpretar mensagens mediáticas. Este é um problema recrudescido e reconfigurado com a Internet. Segundo Baudrillard em *Simulacros e Simulação* (1997), estamos num universo em que existe cada vez mais informação e cada vez menos sentido. O cuidado em interpretar mensagens dos *mass/social media* é emergente, impondo uma nova literacia à cidadania e participação na esfera pública.

Com os novos meios tecnológicos de comunicação e seus múltiplos usos e efeitos, o conceito de literacia modifica-se, torna-se mais abrangente e converte-se numa capacidade prática e necessária para participar na esfera pública. Demonstram-no projetos jornalísticos como o Polígrafo, cujo objetivo é apurar a verdade das mensagens que circulam na esfera pública. Já não basta produzir notícias; é preciso verificar factos e separá-los das informações falsas.

A literacia dos *media* promove habilidades de pensamento crítico com o qual os cidadãos podem escolher com independência e consciência os conte-

údos, i.e. escolher o programa, o *media* ou o modo de interpretar as informações recebidas. A literacia dos *media* é mais difícil quando as mensagens são ideológicas, retóricas ou com conteúdo implícito. Nestes casos, é conveniente identificar: factos/eventos significativos nas notícias; causas dos acontecimentos e critérios jornalísticos; conexões entre eventos e agentes e respetivas consequências; informações incluídas e omitidas; escolhas de palavras e imagens (denotativas ou conotativas) nas notícias; ordem de narração dos factos; apresentação de discurso direto ou pontos de vista.

A literacia dos *media* permite aos cidadãos reconhecerem se e como os meios de comunicação social são usados para (des)encorajar o debate com base em informações falsas, distorcidas ou ocultadas. A literacia dos *media* é um instrumento democrático importante na esfera pública, principalmente nesta época digital do online.

O QUE SÃO A LITERACIA MEDIÁTICA E A LITERACIA DIGITAL?

A literacia mediática é a aquisição de conhecimentos e o uso de ferramentas para interpretar os factos reportados e veiculados pelos *media*, sejam os tradicionais *mass-media* ou os modernos *social media*. Em sentido geral, a literacia é um processo ao longo da vida. Todavia, as sociedades transformam-se e as capacidades necessárias e exigidas para se estar na esfera pública também. Cada vez há mais literacias à medida que as sociedades e culturas se tornam mais complexas e tecnológicas. O conceito de literacia já não permite uma definição monotécnica, pois adquire uma maior polissemia e aplicação. Será mais adequado referir multi-literacias e numa dimensão mais digital. O conceito de literacia é aberto e amplo; deve incluir todas as formas de *media* com os seus objetivos e abrangência (Potter & McDougall, 2017, p. 17; Warnick, 2002, p. 13). O conceito de literacia evolui, por conseguinte, com a sociedade e os conhecimentos.

Todavia, a qualidade da informação e do conhecimento é um fator externo ao cidadão, enquanto a facilidade de acesso à informação, pelo contrário, depende de capacidades individuais. A literacia mediática é a capacidade de

aceder aos meios de comunicação e compreender e avaliar criticamente os diferentes aspetos desses meios e dos seus conteúdos. Como o contexto de excesso de informação e do seu acesso é digital, devemos integrar a literacia mediática e a literacia digital. Será a mesma literacia, pois os *media* são digitais.

Tal como qualquer literacia, a digital é a capacidade de usar os *media* digitais com competência, i.e. para compreender e avaliar criticamente o seu conteúdo. Para este desiderato é necessário pensamento crítico dos cidadãos consumidores de *media* digitais, utilizadores de redes sociais e de dispositivos electrónicos, como os *smartphones*. Existe uma correlação entre estes três fenómenos: aumento de uso de dispositivos móveis de fácil e imediato acesso à informação; utilização de redes sociais, onde mais se tem acesso às informações; plethora de informações falsas e desinformação.

Neste contexto, o pensamento crítico não é no sentido de criticar, muito menos de depreciar alguém ou algo. O sentido de “crítico” é fiel à etimologia da palavra grega *kritikos*, alguém que tem a capacidade de julgar, discernir, formar um juízo e tomar uma decisão, i.e. capacidade de distinguir informações, alternativas entre factos e ficções ou opiniões. Criticar é discernir (*krínein*, verbo grego com o sentido de “separar para distinguir”). No caso da informação que se acede pelos *smartphones* e nas redes sociais, a crítica é a capacidade de separar com distinção os factos das informações falsas ou descontextualizadas”. Enquanto capacidade, a literacia digital essencialmente pressupõe três níveis de destreza crítica:

- a) um nível básico de acesso a ferramentas digitais;
- b) um nível intermediário de compreensão de conteúdo digital;
- c) um nível mais complexo quanto ao uso e domínio das ferramentas digitais.

A literacia digital, como o nome indica, depende da natureza digital dos *media*. Todavia, a literacia digital e a literacia mediática são igualmente fundamentais e a ter em conta no contexto de uma cultura tecnológica, onde o acesso à informação é por via eletrónica, quer mediante o recurso a dis-

positivos móveis que já são populares quer nas redes sociais onde as pessoas imergem para interagir.

Conforme referem Silverblatt et. al. (2014, p. 406), as habilidades de pensamento crítico aplicadas aos conteúdos dos *media* digitais permitem que os utilizadores desses *media* façam julgamentos independentes sobre as informações que recebem e comunicam através deles. A literacia mediática é essa necessária e prática capacidade de discernir, interpretar e decodificar informações que nos são apresentadas numa variedade de formas (Silverblatt et. al. 2014, p. 406).

Hague e Payton (2010, p. 19) resumem os vários domínios por onde se estendem as componentes da literacia digital.

1. Criatividade
2. Pensamento crítico e avaliação
3. Compreensão cultural e social
4. Colaboração
5. Encontrar e selecionar informações
6. Comunicação eficaz
7. Segurança eletrónica (*e-safety*)
8. Habilidades funcionais

No contexto da presente abordagem, destacam-se as capacidades de pensamento crítico e avaliação (*krínein*) ou discernimento e compreensão livres e independentes dos meios, ferramentas e conteúdos) e as capacidades de compreensão cultural e social que permitem enquadrar as informações recebidas e aferir a sua validade.

Por conseguinte, a literacia digital e a literacia para os *media* promovem habilidades de pensamento crítico e valência democrática importante na esfera pública moderna, global e digital, principalmente nesta época de ciber-cidadãos e de informações online. Considerando que a cidadania é o direito e o dever de escolher com independência e consciência os conteúdos, i.e. escolher o programa, o *medium* ou o modo de interpretar as informações recebidas, a literacia mediática e digital é uma competência integrada e multifuncional para identificar:

- Factos/eventos significativos nas notícias e nos conteúdos digitais em geral;
- Causas dos acontecimentos relatados e critérios jornalísticos que os presidiram;
- Conexões entre eventos e agentes, bem como as respetivas consequências;
- Informações incluídas e/ou omitidas;
- Escolhas de palavras e imagens (denotativas ou conotativas) nas notícias ou nos conteúdos digitais em geral;
- Ordem de narração dos factos (saber se existe algum critério);
- Apresentação de discurso direto ou pontos de vista.

JORNALISMO NA “E-SPHERE”: O IMPERATIVO DA VERIFICAÇÃO DE FACTOS

Na atual era global e digital, passamos do analógico ao digital, do offline ao online. É a nova configuração das sociedades em rede. Agora, a esfera pública de discussão racional e legítima dos assuntos de interesse coletivo já não é exclusivamente física, mas assume uma outra dimensão que até é mais preponderante e promissora: o digital. A esfera pública clássica é agora uma *e-sphere*, uma nova esfera pública virtual em rede (onde emergimos online em conectividade e interatividade, com imanência e imediatismo).

A sociedade da informação caracteriza-se pelo excesso de informação. O acesso à informação é generalizado. Verifica-se a proliferação de meios e dispositivos eletrónicos de informação e comunicação. Cada vez há mais facilidade de acesso à informação por parte de qualquer pessoa, em qualquer lugar e em qualquer momento.

Todavia, se existe mais informação e mais acesso à informação, bem como meios e dispositivos eletrónicos de acesso à informação, também acontece o reverso, abusos da informação, deturpação de factos e manipulação da opinião pública. Neste contexto, em que conjuntamente com a informação surgem informações falsas, a literacia mediática e a literacia digital são ferramentas fundamentais no combate à falsidade e à desinformação.

Neste novo cenário de prática jornalística na *e-sphere*, será conveniente problematizar o papel dos *media* e, principalmente, do seu uso para a cidadania e democratização das sociedades:

- As sociedades e culturas atuais de comunicação e de informação em massa, resultantes das profundas transformações impostas pela globalização, geraram e cultivam cidadãos mais informados, esclarecidos, letrados, exigentes e comprometidos com o “bem comum”?
- Comunicamos mais e/ou melhor na atual era de ouro da tecnologia, eletrônica e comunicação digital?
- Existe suficiente alfabetização mediática (literacia para os *media*) para o comum dos cidadãos ser capaz de discernir o que é verdadeiro do que é falso nos intensos, alargados e contínuos fluxos de informações veiculados pelos *media*?

As advertências de McLuhan sobre os efeitos da tecnologia na iliteracia, há cerca de 60 anos, vivem-se hoje nas sociedades da informação tecnológica. McLuhan diagnosticava que o meio estaria a remodelar e reestruturar os padrões de interdependência social e todos os aspetos da nossa vida pessoal, conforme hoje acontece com o uso dos *smartphones*, das redes sociais e dos consumos de informações digitais por esses meios tecnológicos (McLuhan, 1967, p. 8). Em *Understanding media*, McLuhan conclui que estamos entorpecidos, surdos, cegos e mudos (ileterados) perante a tecnologia dos *media* (McLuhan, 1994, p. 17).

Atualmente, Byung-Chul Han acentua a crítica às transformações no campo dos *media* e da tecnologia. Han refere-se ao “enxame digital” em que hoje vivemos e nos tornamos e que nos obriga a uma literacia digital. Os novos *media* (digitais) estão a reprogramar-nos e nós não conseguimos entender a mudança radical de paradigma que está em curso, o que representa uma incapacidade ou cegueira (Han, 2017, p. ix). Somos como o peixe dentro de água que a única coisa da qual não tem consciência é da água, na metáfora usada por McLuhan e Fiore (1968, p. 175). Estamos a mancar atrás do próprio *medium* que, abaixo do nosso limiar de decisão consciente, está a transformar

a forma como agimos, percebemos, sentimos, pensamos e vivemos juntos. Segundo Han, estamos extasiados face ao meio digital, mas incapazes de avaliar plenamente as consequências do nosso *frenesi*. Este momento que estamos a viver, que é uma crise para Han, surge da nossa cegueira e estupefação.

Esta cegueira mediática é alimentada pela disfunção informativa que hoje está cada vez mais presente na *e-sphere*. A disfunção informativa dos modernos *media* digitais expressa-se de três modos fundamentais:

- *Mis-information*: informação falsa sem intenção de prejudicar, pois quem divulga/partilha acredita que é verdadeira.
- *Dis-information*: informação falsa (mentira intencional) produzida e divulgada de propósito para prejudicar.
- *Mal-information*: informação factual ou baseada na realidade, mas divulgada para prejudicar (pessoas, grupos, organizações ou países).

A disfunção informativa é igualmente alimentada pela natureza humana, designadamente a credulidade. Os públicos (no plural, porque são diversos e heterogéneos) dos *media* são crédulos e, conforme refere Maquiavel (2009, p. 78) em *O Príncipe*: “aquele que engana sempre encontrará quem se deixe enganar”.

Em *Simulacra and simulation*, Jean Baudrillard insiste no mesmo problema dos *media* e do seu uso em contexto massivo. Baudrillard (1997, p. 32) salienta que o próprio *medium* não é mais identificável como tal, pelo que surge a confusão entre o meio e a mensagem e a diluição do *medium* e do jornalismo na mensagem. Não estamos mais na sociedade do espetáculo nem na alienação e repressão que esta implicava; o próprio meio não é mais identificável como tal, refere Baudrillard (1997, p. 32) aludindo a McLuhan. Para Baudrillard, não há mais um meio no sentido literal: agora é intangível, difuso e difractado no real.

Assistimos a uma implosão do sentido nos *media* (Baudrillard, 1997, p. 84). Entramos num universo onde existe cada vez mais informação e cada vez menos sentido (Baudrillard, 1982, p. 95). Se temos esta implosão do sentido nos *media* e nas mensagens, mais premente e complexa será a literacia mediá-

tica e digital. Todavia, de que valeria a literacia sem sentidos para interpretar? O problema estará nos dois lados do circuito mediático: no lado da produção/codificação das informações e no lado da receção/descodificação. Mesmo neste cenário pessimista de Baudrillard, a literacia atuaria no lado do cidadão, no da receção das informações.

CASO DE ESTUDO: “POLÍGRAFO”

O Polígrafo é o primeiro e mais proeminente projeto jornalístico de *fact-checking* (verificação de factos) em Portugal. O objetivo é apurar a verdade das mensagens que circulam na esfera pública segundo uma escala de avaliação entre “verdadeiro” (o grau máximo de verdade), “verdadeiro, mas...”, “impreciso”, “descontextualizado”, “manipulado”, “falso” e “pimenta na língua” (o grau máximo de falsidade). Já não basta produzir notícias; é preciso verificar factos e separá-los das informações falsas. Por isso, o *fact-checking* é uma prática de fomento de literacia mediática, cidadania e democraticidade na *e-sphere*.

No estatuto editorial do Polígrafo, destaca-se a forma e a expressão com que este projeto jornalístico online se apresenta, nomeadamente: a) tem como principal objetivo apurar a verdade no espaço público; b) não é um inimigo dos protagonistas que avalia, é um amigo dos leitores e um defensor das virtualidades da democracia liberal; e c) é um jornal vocacionado para a utilização das novas tecnologias na atividade jornalística. O Polígrafo apresenta-se como meio inovador que permite chegar melhor e mais depressa à verdade e aproximar o jornalismo e os seus leitores.

O método seguido pelo Polígrafo para a verificação dos factos relatados nas informações que mais circulam e têm impacto nas redes sociais é simples e eficaz, podendo constituir os passos de checagem da informação que qualquer cidadão poderia seguir. O método inclui:

- Consultar a fonte original da informação
- Consultar fontes de natureza documental que possam solidificar o processo de checagem

- Ouvir os autores da afirmação, dando-lhes o direito de a explicar
- Contextualizar a informação
- Avaliar a informação de acordo com uma escala de avaliação

O Polígrafo é um exemplo de serviço público de informação e de cidadania, porque faculta competências aos cidadãos, i.e. uma educação para os *media*, em especial para os *media* sociais que não se regulam num quadro profissionalizado e responsável, por um lado, e jurídico e deontológico, por outro, como acontece com os *mass media* informativos. Estes últimos, com o estatuto de órgãos de comunicação social, têm critérios de definição de responsabilidade e de responsabilização e cumprem funções sociais relevantes. Por isso, a literacia para os *media* facultada e exercida pelo Polígrafo incide na interrogação de conteúdos mediáticos digitais nas redes sociais. Na procura de respostas para determinadas perguntas-chave (“por que é notícia?”, “quais são os interesses subjacentes à produção e divulgação dos conteúdos/notícias?”, “o que nos informa, como informa e por que informa um dado conteúdo?”), a consulta das fontes e dos especialistas nos assuntos é um método eficaz de apuramento da verdade.

Na atual conjuntura de excesso de informação digital e de presença online nas redes sociais, a convicção sobre as boas práticas dos produtores de conteúdos com deontologia jornalística não é extensiva, por exemplo, aos blogues, onde não há regulação. Neste sentido, o Polígrafo é um exemplo de defesa e mediação do público, alertando para o pequeno passo que separa a informação da deformação.

CONCLUSÕES

Em *The Gutenberg galaxy* (1962), McLuhan explora o conceito de “aldeia global”. O local perde definitivamente a sua posição restrita e torna-se global, em função do desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação. A globalização é uma intensificação das relações sociais à escala mundial que conectam localidades distantes (Giddens, 2005, p. 45). Enquanto fenómeno

multiforme e transversal, a globalização implica transformações em vários domínios, nomeadamente:

- Transformações tecnológicas: meios e dispositivos de comunicação e informação
- Transformações sociais e culturais: interações mediadas e digitais

Cada meio tem as suas próprias características e efeitos (i.e. os seus requisitos de literacia). Cada novo meio ou inovação tecnológica traz exigências quanto aos seus usos e aplicações. Como as sociedades são cada vez mais tecnológicas, as exigências de requalificação de competências são permanentes. Para as culturas mais modernas, as informações dos *media* dominam cada vez mais os circuitos sociais de comunicação, moldando a nossa compreensão e perceção sobre a nossa cultura (Baran, 2014, p. 22). Considerando uma sociedade-mundo “retribalizada” sob a influência dos novos *media*, as redes sociais são o novo espaço público onde o consumo de informação é mais frequente e suscetível de iliteracia e notícias falsas. A relação é como de causa-efeito. Se os portugueses têm, em média, contas criadas em seis redes sociais (*Diário de Notícias*, 19/Out./2021), cerca de 70% da população usa redes sociais e fá-lo maioritariamente via telemóvel ou smartphone. Há uma indistinção cada vez maior entre a verdade e a mentira (o real e o irreal) veiculada nos novos *media*.

Por conseguinte, não existe apenas um tipo de literacia, existem muitos consoante os casos. A literacia para os *media* e a literacia digital são um *continuum*; não são categorias fixas. As literacias são multidimensionais: cognitivas, emotivas, estéticas e morais. Dado o imediatismo e a efemeridade da informação e do acesso à mesma, a literacia mediática digital é uma competência prática face a uma das principais características dos novos *media* digitais e dos seus usos e consumos sem tempo para refletir: a velocidade da informação. Conclui-se que a tecnologia dos *media* digitais implica “alfabetização digital”, na medida em que a tecnologia e a alfabetização, ambas na modalidade digital, estão interdependentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baran, S. J. (2014). *Introduction to mass communication*. McGraw-Hill.
- Baudrillard, J. (1982). *In the shadow of the silent majorities*. Semiotext(e).
- Baudrillard, J. (1997). *Simulacra and simulation*. The University of Michigan Press.
- Giddens, A. (2005). *As consequências da modernidade*. Celta.
- Hague, C. & Payton, S. (2010). *Digital literacy across the curriculum*. FutureLab.
- Han, B.-C. (2017). *In the swarm*. MIT Press.
- Maquiavel, N. (2009). *O príncipe*. Guimarães Editores.
- McLuhan, M. (1953). "Culture without literacy". *Explorations*, 1, 117-127.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy*. University of Toronto Press.
- McLuhan, M. (1967). *The medium is the message*. Bantam Books.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (1968). *War and peace in the global village*. Bantam Books.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media*. MIT.
- Orwell, G. (1977). *1984*. Penguin Books.
- Potter, J., & McDougall, J. (2017). *Digital media, culture & education*. Macmillan.
- Silverblatt, A. et al. (2014). *Media literacy*. Praeger.
- Warnick, B. (2002). *Critical literacy in a digital era*. Lawrence Erlbaum.