

Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Professor: Marcos Guedes

Aluno: Jorge Henrique Oliveira de Souza Gomes

Fake News: indo além instrumentalização do debate

No debate político a nível nacional e global, se tornou corriqueiro o uso do termo “Fake News” por líderes políticos, jornalistas, agências de fact checking e usuários das redes sociais. O termo ganhou notoriedade a partir das eleições americanas de 2016, com a ascensão do então candidato Donald Trump, acusado de ter contado com a ajuda de verdadeiras “fábricas” clandestinas de notícias falsas localizadas na Rússia. No Brasil, uma narrativa sustentada por muitos analistas no campo progressista observa como as fake news foram importantes para a eleição de Jair Bolsonaro. Apesar da indiscutível relevância do termo no debate público atual, ainda resta muita controvérsia a respeito do que são, de fato, as fake news. Elas sempre existiram? Mudaram de natureza com o advento da internet? Como definir uma “fake news”? Elas de fato influenciam tanto quanto se diz no processo político? O presente artigo se propõe a responder essas questões com o intento de depurar o debate, por vezes instrumentalizado, parcial e partidarizado, sobre as fake news.

Em primeiro lugar, é importante lembrarmos que, de certa maneira, o ser humano sempre recorreu a notícias falsas visando prejudicar inimigos, plantar o caos ou apenas pregar peças. No pré-Segunda Guerra Mundial, o “Protocolo dos Sábios de Sião” espalhava uma série de inverdades sobre os judeus. O manuscrito apócrifo rodou a Europa e abriu caminho para a recrudescente onda de antissemitismo que culminou no Nazi-Fascismo. Há também exemplos que hoje seria tidos como “fake news”, porém, na época em que ocorreram, não passaram de *pranks* ou, “pegadinhas”. O famoso cineasta Orson Welles, quando jovem, ainda antes de dirigir o icônico filme *Cidadão Kane*, transmitiu em tom de seriedade, no rádio, a história ficcional de H. G. Wells “Guerra dos Mundos”. A narração sobre uma invasão alienígena provocou pânico em algumas cidades dos EUA, e, às vésperas do Dia das Bruxas, ganhou manchetes no continente. Mais tarde, todos

viram que tudo se tratou de uma brincadeira, mas que tomou proporções inimagináveis. Interessante refletir como a brincadeira seria recepcionada atualmente: terrorismo? Fake news passível de punição administrativa ou penal? Existe uma linha tênue separando, por exemplo, fake news de teorias conspiratórias, como a dos Iluminante, Reptilianos ou o Marxismo Cultural. Geralmente, as teorias conspiratórias se valem de fake news para sustentarem suas teses.

Hoje, as fake news foram catalisadas com o advento da internet e das redes sociais. A internet reduziu as barreiras à entrada para o processo de produção e espriamento de conteúdo. Hoje, praticamente qualquer pessoa, com apenas um celular, pode ser um influenciador e difusor de conteúdo em potencial. No início, o jornalismo era um mercado caro, restrito, repleto de normas e dominado por oligopólios e famílias poderosas. Com a difusão da internet e redes sociais como o twitter, o surgimento de blogs e do youtube, a mídia “com cnpj”, tradicional e organizada, ganhou novos concorrentes. Novas perspectivas ganharam espaço, contudo, muitas vezes não há compromisso com valores jornalísticos básicos, métricas de pesquisa e requisitos como formação acadêmica e linguagem formal e neutra.

Com a internet as fake news ganharam alcance expandido e barateado. A definição do termo, contudo, se tornou mais elástica. Com a democratização do termo, há quem simplesmente discorde de uma notícia e, com isso, taxe a reportagem de “fake news”. Ocorre também o fato de que, atualmente, “fake news” se tornou uma expressão instrumentalizada até mesmo pelo atores que produzem as fake news. Líderes como Bolsonaro e Trump costumeiramente apontam jornais como produtores de fake news. As pessoas se tornaram mais cétricas e cínicas a respeito dos meios tradicionais de mídia. Concomitantemente a esse fato, existe uma crise financeira referente à manutenção desses canais tradicionais, que, atualmente, enfrentam forte concorrência das plataformas digitais.

O peso eleitoral das fake news costuma, entretanto, ser superestimado. Os estudos mais recentes sobre comportamento político mostram que as pessoas não costumam mudar de ideia a respeito das suas percepções políticas. Dessa maneira, as fake news serviriam apenas para reforçar crenças pré-existentes, não convertendo, portanto, novos adeptos. Além disso, também há, na literatura mais nova sobre o assunto, suspeita de que, na verdade, as redes sociais não fortaleçam tanto a polarização e o extremismo político quanto se costumava imaginar. As redes sociais funcionam como “câmaras de eco”:

através dos algoritmos, costumamos ter acesso somente a usuários e/ou notícias e postagem que fazem parte da nossa “bolha” identitária. Contudo, uma vasta parte da população ainda não tem acesso a essas redes. Ao mesmo tempo, existem diferentes perfis sociais a depender de quais redes sociais se utiliza.

As estratégias mais usuais para se deter as fake news são as agências de fact checking. Contudo, os dados mostram que, uma vez espalhada a notícia falsa, mesmo que se prove que ele não é verdadeira, o dano já está feito. Além disso, existem agências de fact checking ideologizadas e partidárias que endossam, elas próprias, fake news, maquiando dados ou retrucando fatos com meias verdades. Muitos especialistas defendem que se abandone o termo “fake news”, já que ele se tornou muito popular e pouco técnico. Com a polarização e partidarização do debate, as fake news se tornaram uma espécie de carta coringa para se negar fatos ou mesmo xingar, sem argumentos, textos jornalísticos, artigos, vídeos ou conteúdos com os quais discordamos. Redes sociais como youtube ou facebook tem buscado soluções para conter as fake news, contudo, muitas vezes essas soluções esbarram na liberdade de expressão e podem acabar prejudicando usuários bem intencionados, afastando, por exemplo, patrocínios em vídeos sobre política.

Desse modo, percebemos que são necessárias novas ferramentas analíticas e teóricas para pensarmos o problema das fake news. A academia tem se debruçado sobre esse tema com interesse, contudo, ainda são escassos os estudos experimentais sobre a temática.

Bibliografia:

GENTZKOW, M. e ALCOTT, H. “Social Media and Fake News in 2016 Election”. *Journal of Economic Perspectives*. 2017.

NYHAN, B.; LYONS, B; GUESS, A.; MONTGOMERY, G. e REIFLER, G. “Fakenews, Facebook ads and Misperceptions”. Dartmouth Edu. 2018.

