

Como desbancar as "fake news" e nunca mais chamá-las por esse nome

Transcrições das vídeo-aulas - Módulo 1

[Módulo 1: Vídeo 1](#)

[Módulo 1: Vídeo 2](#)

[Módulo 1: Vídeo 3](#)

[Módulo 1: Vídeo 4](#)

[Módulo 1: Vídeo 5](#)

[Módulo 1: Vídeo 6](#)

Módulo 1: Vídeo 1

Olá, para entender as chamadas "fake news", precisamos compreender alguns conceitos básicos. Vamos começar por verdade, mentira e fato.

Ao longo da história, este trio de palavras tem sido central não apenas para jornalistas, mas também para filósofos e cientistas.

Em seguida, vamos tratar de dois conceitos contemporâneos que têm tudo a ver com a produção de falsidades na internet: pós-verdade e pós-fato.

E finalmente, precisamos aprender o significado do conceito viés de confirmação. Vamos lá:

Vamos destrinchar as principais acepções das palavras verdade e mentira segundo o dicionário Aurélio.

Segundo o Aurélio, a primeira acepção da palavra verdade, que vem do latim, *veritate*, é o que tem conformidade com o real. É aquilo que tem exatidão. Já a segunda acepção de verdade é franqueza e sinceridade.

Para o Aurélio, o terceiro significado de verdade tem a ver com coisa verdadeira ou certa.

E o quarto significado de verdade diz respeito a princípio certo.

Em quinto lugar, o dicionário cita verdade como representação fiel de alguma coisa da natureza.

Finalmente, o sexto significado de verdade tem a ver com o caráter e o cunho das pessoas.

E o que é mentira? Voltemos ao Aurélio:

Em sua primeira definição, mentira é o ato de mentir. É engano, impostura, fraude e falsidade.

E para caracterizar mentira, o Aurélio usa termos como patranha, conto da carochinha e lorota.

Já o segundo significado de mentira é o hábito de mentir.

E o terceiro, o engano dos sentidos ou do espírito. Nesta acepção filosófica, o Aurélio lista as seguintes palavras para mentira: erro, ilusão e as mentiras do mundo.

Em quarto lugar aparece ideia, opinião ou juízo falso.

Em quinto, o dicionário associa mentira à fábula e ficção.

Bem, chega de mentira! E o que é fato? Voltemos ao Aurélio:

A primeira definição de fato é coisa ou ação feita; sucesso, caso, acontecimento, feito.

Em segundo lugar, fato é aquilo que realmente existe, que é real.

A terceira acepção da palavra tem a ver com fenômeno, do ponto de vista jurídico.

Nesse sentido, um fato é um acontecimento do qual decorrem efeitos jurídicos, independente da vontade humana. E assim, nesta acepção, um fato se opõe a um ato.

E agora, vamos destrinchar dois conceitos igualmente importantes.

O primeiro é pós-verdade. Nossa fonte para pós-verdade é o dicionário britânico Oxford.

Segundo o Oxford, o termo pós-verdade se refere a circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que aquilo que atrai a emoção e a crença pessoal.

Há quem diga que em tempos de polarização política, vivemos na era da pós-verdade, em que é possível escolher dados aleatórios para se chegar a uma conclusão desejada.

Dá pra perceber as implicações do conceito de pós-verdade na produção de informações jornalísticas?

Foi por isso que o jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva escreveu no ano passado um texto sobre a questão com o título “Morte e Vida da Imprensa”.

Lins da Silva critica o termo pós-verdade e também os limites do conceito de verdade para o jornalismo.

Por que?

Porque segundo ele, verdade é uma palavra grandiosa demais, com enorme poder ideológico e metafísico, que há séculos desafia a compreensão humana.

A propósito, até Jesus Cristo hesitou a respeito.

No capítulo 18, versículo 38, do Evangelho segundo São João, Pilatos pergunta a Cristo: “O que é a verdade?”

Não há registro de resposta na Bíblia.

Ora, se Jesus não ousou enfrentar o conceito de verdade, talvez jornalistas não devam lidar com ele.

Um conceito melhor para o jornalismo é o de pós-fato. Talvez seja apenas uma nuance, mas pós-fato é um termo menos pretensioso e mais simples para se tentar distinguir o que é fato e ficção.

Mas tentar distinguir verdade de mentira é muito mais complicado, como vimos na definição de ambas palavras.

A propósito, a expressão pós-fato foi criada pelo sociólogo e jornalista Farhad Manjoo, no livro True Enough: Learning to Live in a Post-Fact Society.

Manjoo é colunista do jornal The New York Times.

Publicado em 2008, o livro não foi traduzido para o português, mas a tradução do título é “Suficientemente Verdadeiro: Como Viver numa Sociedade Pós-Fato”.

E agora, para encerrar a seção sobre conceitos básicos, vamos falar de viés de confirmação.

Trata-se de um termo cunhado na década de 1970 pela dupla de psicólogos Daniel Kahneman e Amos Tversky.

O viés de confirmação é a tendência natural que as pessoas têm de lembrar, interpretar ou pesquisar informações para confirmar crenças ou hipóteses iniciais.

Esta tendência, que todos os seres humanos carregam no córtex cerebral, está por trás não apenas da produção de falsidades, mas também do seu compartilhamento e viralização nas redes sociais.

O viés de confirmação funciona como uma espécie de gatilho, que nos leva a defender nossas preferências e a rejeitar conteúdos que despertam a nossa antipatia – sem avaliar o aspecto factual do conteúdo em questão.

Ah, é importante dizer que você encontra todos esses conceitos no Manual da Credibilidade, um site que eu produzi em parceria com o Professor Francisco Belda, da Unesp.

O Manual traz o conteúdo deste primeiro módulo e é uma leitura obrigatória do nosso MOOC.

Você encontra o endereço na nossa lista de leituras.

Até mais!

Módulo 1: Vídeo 2

Olá e bem-vindo à segunda parte dos conceitos básicos do Módulo 1 do MOOC “Como desbancar as ‘fake news’ e nunca mais chamá-las por esse nome”

Vamos começar aprendendo os diversos tipos de desordem da informação segundo este diagrama criado pela pesquisadora britânica Claire Wardle:

Como você pode ver, Wardle classifica este tipo de informação em termos da motivação e também de sua precisão.

Do lado bem à esquerda, no círculo preto, estão as informações falsas, mas que não têm a motivação de prejudicar ninguém.

É aqui se encaixam os erros jornalísticos de boa-fé, que a propósito precisam ser corrigidos tão logo detectados.

Em inglês, este tipo de informação falsa ganhou o nome de misinformation. Na tradução para o português, optamos pelo termo informação incorreta.

Se a gente caminha para o centro, na intersecção do círculo preto com o vermelho, teremos uma mudança importante na natureza da informação.

Estamos aqui, no domínio do que Wardle chama de desinformação, aquilo que tem um contexto falso e se caracteriza por conteúdos impostores e conteúdos fabricados.

Não se preocupe com a definição desses dois tipos de conteúdos por enquanto, pois vamos aprender a respeito deles ao final deste módulo.

Mas é importante notar que como a desinformação está no meio do diagrama – entre o que é apenas falso e o que é claramente nocivo – ela ocupa uma zona cinzenta, em que a motivação da informação pode ou não ser nociva.

E por falar em informação nociva, na parte direita do gráfico, temos o conceito de mal-informação, totalmente nociva.

Mal-informação diz respeito a vazamentos de informações que deveriam permanecer na esfera privada, como imagens íntimas.

E mal-informação também diz respeito a informações cujas mensagens são de assédio e também ao discurso de ódio.

No ambiente politicamente polarizado de hoje, a mal-informação e a desinformação proliferam nas redes sociais, com graves riscos para a distorção do debate público.

Agora, vamos falar dos elementos do processo da desinformação. Wardle divide esses elementos em três tipos: agente, mensagem e intérprete.

Começando pelo agente: para identificar o agente de um conteúdo da desinformação, precisamos responder a sete perguntas:

- Primeira pergunta: Qual o tipo de ator? É oficial (como, por exemplo, um governo ou partido político?) Ou não? por se tratar de indivíduo ou uma entidade informal
- Segunda pergunta: Qual a organização por trás da mensagem? É uma organizada dispersa? Ou não temos nenhuma organização? Trata-se de uma organização rígida, altamente hierárquica? Ou de uma rede?

- Terceira pergunta: Precisamos também entender a motivação de quem produz desinformação. É financeira? Política? Social? Psicológica?
- Quarta pergunta: Igualmente importante é saber o nível de automação da desinformação: seu agente é humano? Ou é um bot, as chamadas contas de mídia social operadas inteiramente por programas de computador? Ou trata-se de um agente híbrido, que envolve pessoas e bots – os chamados cyborgues?
- Quinta Pergunta: Qual a audiência desejada pelo agente da desinformação: são membros específicos de alguma organização? Grupos sociais? Ou uma sociedade como um todo?
- Sexta pergunta: o agente da mensagem tem a intenção de prejudicar?
- E a sétima e última pergunta: o agente da mensagem tem a intenção de enganar?

E agora, vamos analisar o segundo elemento do processo da desinformação, que é a mensagem em si:

- Primeira pergunta: Começamos por determinar sua duração: É de longo ou curto prazo?
- Segunda pergunta: Qual o seu caráter em termos de precisão? É enganosa, manipulada, fabricada?
- Terceira pergunta: E que tipo de motivação carrega? É informação legal ou ilegal?
- Quarta pergunta: Qual é o tipo de impostor por trás da desinformação? Nenhum? Ou será que se trata de uma marca ou de impostor individual?
- Finalmente, a quinta pergunta: precisamos saber quem é o alvo da mensagem: é um alvo individual, ou determinado um alvo político? Ou será um alvo coletivo, como uma organização?

E pra finalizar o gráfico dos elementos da desinformação, vamos falar do intérprete – aquele que recebe e pode ou não compartilhar a mensagem. São duas perguntas:

- Primeira pergunta: Pra conhecer o intérprete, precisamos analisar inicialmente o tipo de leitura, de recepção desta mensagem da desinformação: quem recebe a mensagem tem uma natureza hegemônica, ou seja, de liderança ou superioridade? Será que se trata de alguém com viés oposicionista à mensagem em questão? Ou será que o intérprete tem um papel de negociação em relação a esta mensagem de desinformação?

- Por fim, é preciso saber qual a ação tomada pelo intérprete sobre a desinformação. Simplesmente ignorou o conteúdo? Ou será que compartilhou? – seja em apoio ou em oposição a quem interessa difundir essa desinformação.

E passando agora para o terceiro e último gráfico sobre desinformação, que representa as três fases do processo da desordem da informação: criação, reprodução e distribuição.

Segundo Wardle, o agente que fabrica uma mensagem pode vir a ser diferente daquele que a produz, no sentido de transformá-la num produto de mídia. Criação e reprodução são as duas fases iniciais do processo.

A terceira e última fase é a distribuição, quando o produto da desinformação é distribuído ou tornado público.

Módulo 1: Vídeo 3

Olá, chegamos então àquela parte que dá título ao nosso curso: por que não devemos usar o termo fake news?

Em primeiro lugar, segundo a Claire Wardle – o termo "notícia falsa" é inadequado para descrever o fenômeno da produção, difusão e consumo de uma gama variada de informações que podem ser comparadas à poluição.

Aprendemos sobre essa complexidade na segunda parte dos conceitos básicos deste módulo.

O termo fake news é portanto ambíguo e simplista para dar conta tanto da natureza quanto da escala da desordem da informação.

O fenômeno da desinformação abrange conteúdos de natureza muito diversa.

Inclui desde sátiras e paródias noticiosas, feitas para ridicularizar os poderosos, mas que podem enganar o leitor – até algo totalmente fabricado de forma maliciosa.

Esse é o caso da informação inteiramente fraudulenta de que o Papa Francisco teria declarado apoio ao então candidato Donald Trump à presidência dos Estados Unidos.

Outro problema relacionado ao termo "notícia falsa": os políticos passaram a usá-lo como uma arma contra a imprensa, quando reclamam de informações que não os agradam.

Por fim, o termo também tem sido usado como uma desculpa para os poderosos combaterem a liberdade expressão, reprimindo o trabalho da imprensa.

Logo, de agora em diante, você pode substituir as f news por termos como falsidades, inverdades e informações fabricadas, ok?

A gente se vê em breve!

Módulo 1: Vídeo 4

O que é checagem?

Vamos usar as definições do jornalista italiano Alexis Mantzaris. Ele é diretor da rede internacional de checadores, a IFCN

- A checagem é posterior ao que disseram as fontes oficiais
- Para conferir o que foi dito, a checagem se apoia em especialistas, acadêmicos e órgãos governamentais
- O resultado da checagem são conclusões arbitradas por protocolos de checagem sobre a afirmação em questão.

Bem, e a verificação?

- Ao contrário da checagem, a verificação se dá de forma prévia, ou seja, antes que conteúdo publicado por usuários, ou UGC na sigla em inglês, ganhe escala
- A verificação busca evidências primárias de testemunhas e também via geolocalização e pela busca reversa de imagens.
- A verificação resulta na publicação de matéria – ou na freagem da desinformação

Em comum, tanto a checagem quanto a verificação visam desmascarar boatos e falsidades virais.

Módulo 1: Vídeo 5

Contando com a participação de 24 veículos jornalísticos brasileiros, o Comprova está começando a verificar o conteúdo produzido por usuários das mídias sociais.

O Comprova é inspirado no projeto CrossCheck, que desmascarou vários boatos durante a última campanha presidencial na França em 2017.

O Comprova tem também como parceiros o First Draft News, a Abraji e o Projor.

Além do trabalho humano de apuração jornalística, o projeto vai usar também ferramentas analíticas para avaliar o desempenho dos conteúdos a serem verificados. O Pedro Burgos vai tratar disso no Módulo 2.

E o Comprova também vai usar ferramentas de verificação, capazes de rastrear a autoria e a existência da manipulação do conteúdo em questão. A Bárbara Libório vai tratar disso no Módulo 3.

E finalmente, o Comprova vai usar ferramentas de geolocalização, que você vai aprender com o Fábio Gusmão no Módulo 4.

O projeto é uma iniciativa colaborativa inédita no jornalismo brasileiro, que visa zelar pela integridade do debate público.

Você encontra mais informações no site do projeto: www.projetocomprova.com.br

Módulo 1: Vídeo 6

Em 2017, Claire Wardle construiu uma matriz para descrever sete tipos diferentes de desinformação digital, que ela chama de ecossistema.

Ao traduzir o diagrama para o português, percebi que havia a necessidade de dar ao menos um exemplo para cada um deles.

É o que veremos agora:

O primeiro tipo de desinformação identificado por Wardle é a falsa conexão. Ela acontece quando manchetes, ilustrações ou legendas não confirmam o conteúdo que vem a seguir.

Um bom exemplo disso são sites de empresas financeiras, como esse aqui americano. A legenda com a foto do Donald Trump vende a ideia de que ele tem um conselho genial para quem precisa pagar hipoteca.

Mas o clique na figura dele leva a um cadastro a ser preenchido pelo usuário. A ideia aqui era fisgar o freguês de forma enganadora.

O segundo caso é o falso contexto. Ele acontece quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informação falsa.

É o caso, por exemplo, desta foto do juiz Sérgio Moro, retratado durante uma audiência pública no Congresso Nacional.

Mas a foto foi usada para produzir um post falso, que dizia que Moro estava deprimido depois de ter condenado o ex-presidente Lula.

Não importa a nossa opinião pessoal sobre Lula ou Moro. O fato é que a foto não retrata um Moro deprimido.

E o terceiro caso é a manipulação de contexto. Ela acontece quando a informação ou imagem genuína é manipulada para enganar.

Este vídeo que está no YouTube mostra o presidente Barack Obama atacando o presidente Donald Trump e seu secretário de habitação Ben Carson.

Mas acontece que tanto o rosto de Obama quanto a sua voz foram manipuladas. Vale a pena assistir a esse exemplo de um chamado “deep fake.”

O quarto tipo de desinformação é a sátira ou paródia. Convenhamos que ambas são indispensáveis numa democracia.

Mas acontece que, no meio digital, as piadas hilárias que sites como o Piauí Herald ou o Sensacionalista fazem com os políticos podem vir a confundir os incautos que navegam apressados em suas timelines.

O quinto tipo de desinformação é o conteúdo enganoso. O que é isso? Como diz o nome, é o uso enganoso de informações para enquadrar uma questão ou indivíduo.

O exemplo aqui é um post perverso, que tenta convencer o público que a vacina da gripe pode matar. De fato, a vacina da gripe protege contra a doença.

Nosso sexto e penúltimo caso é o do conteúdo impostor. Nele, fontes genuínas são imitadas.

Se você prestar atenção ao logotipo deste site, verá que essa tal de “Folha Brasil” está tentando se passar pelo jornal “Folha de S. Paulo.”

E por fim, em sétimo e último lugar, vem o conteúdo fabricado, completamente falso, criado para ludibriar e prejudicar.

Nosso exemplo vem da Macedônia, onde para ganhar dinheiro, jovens do site WTOE 5 News inventaram a história de que o Papa Francisco teria declarado apoio ao então candidato à presidência Donald Trump.

Isso nunca aconteceu, mas o post viralizou durante a campanha americana, distorcendo o debate público por lá.

Os vídeos do Módulo 1 terminam aqui, mas você tem adiante a lista de leituras e os questionários.

E nos vemos em breve nos hangouts. Até lá!