

■ ENCONTRO EM LISBOA

GUILHERMINO ALBERTO | EDIÇÕES NOVEMBRO



As “fake news” são uma ameaça global à democracia

“As fake news não são um problema do jornalismo, são um problema das democracias”, começou por dizer o presidente do Conselho de Administração da Lusa, Nicolau Santos, na abertura da conferência, acompanhada pelo *Jornal de Angola*.

As “fake news”, como são mundialmente conhecidos os fenómenos de desinformação e difusão de notícias falsas, estiveram em análise no dia 21 de Fevereiro, em conferência organizada pelas agências de notícias portuguesa Lusa e espanhola Efe, na Culturgest, em Lisboa, sob o tema “Combate às fake news. Uma questão democrática”.

O *Jornal de Angola* constatou que todos os oradores deixaram sugestões para a luta contra este tipo de notícias, denunciando os seus efeitos perversos, a vários níveis, para a democracia e a estabilidade dos Estados. Angola esteve representada no encontro pelo presidente do Conselho de Administração da Edições Novembro, Vítor Silva.

A ministra portuguesa da Cultura, Graça Fonseca, que procedeu à abertura do encontro, anunciou que a Lusa, em parceria com outras entidades, vai desenvolver um sistema de “fact-check” para combater as “fake news”, dada a importância que o tema tem no futuro das democracias ocidentais e na qualidade da democracia. “É disso que estamos aqui a falar hoje”, disse Graça Fonseca.

“Hoje em dia, a tecnologia permite-nos ter sistemas bastante sofisticados de ‘fact-check’”, disse, referindo a inteligência artificial como meio de combater a actual

“capacidade de os algoritmos determinarem as notícias” que são lidas pelo utilizador, um fenómeno conhecido por “filter bubbles”.

“Isto muda radicalmente a forma como a comunicação social se organiza e como consumimos conteúdos e temos acesso a notícias”, sustentou. Graça Fonseca citou estudos de agências noticiosas segundo os quais cerca de dois terços das pessoas acedem a notícias através de plataformas agregadoras de conteúdos (redes sociais) e apenas 32 por cento sabem a origem da informação que leu.

Para Graça Fonseca, o primeiro passo para mudar o panorama da desinformação é ter consciência do que se está a passar: parar, questionar e pensar. “É muito importante que a comunicação regulada, que opera de acordo com um código deontológico conhecido, seja uma arma forte, seja capaz de se transformar, de se adaptar e de responder a esta concorrência muito difícil”, admitiu.

“As fake news não são um problema do jornalismo, são um problema das democracias”, começou por dizer o presidente do Conselho de Administração da Lusa, Nicolau Santos, na abertura da conferência.

A desinformação deve ser

■
Para o responsável do jornal da Global Media, os jornalistas têm de fazer uma espécie de ‘back to basics’ e perceberem que têm de ser absolutamente rigorosos naquilo que fazem, que o exercício do contraditório é para ser exercido permanentemente

uma preocupação de governos, empresas, cidadãos, sublinhou. E também das agências de notícias que prestam um serviço público, acrescentou o presidente da Efe, Fernando Garea, falando na “exigência” que a desinformação coloca aos media.

“O que se pratica nas redes sociais não é jornalismo, pode ser informação, mas não é jornalismo”, distinguiu Nicolau Santos, recordando que o jornalismo profissional deve obediência a uma série de princípios, vertidos, desde logo, num Código Deontológico.

Num ano de eleições “importantíssimas”, Nicolau Santos considerou que o combate à desinformação é “uma questão democrática”,

fundamental para que essas eleições possam ser “decididas livremente e não manipuladas através desses conteúdos falsos”.

O presidente da agência espanhola Efe, que dedicará igualmente uma conferência ao tema ainda este ano, em Madrid, reconheceu que, ao escolherem, “sem resistências”, o termo “fake news” para título da conferência, as agências perderam “a primeira batalha”, porque “é uma contradição dos termos” e trata-se apenas de “definir o que é, pura e simplesmente, mentira”.

Fernando Garea apelou aos jornalistas que não se deixem vencer pela “passividade” e se empenhem, os profissionais e as empresas, em “procurar formas eficazes de fazer o trabalho, impedindo que essas mentiras se propaguem, seja qual for a origem” – “é a nossa obrigação”, sustentou.

O presidente da Efe sublinhou ainda que “o jornalismo de verificação deveria não ser só uma forma de jornalismo, mas uma atitude de todos os jornalistas, a aplicar a todo o trabalho”.

Importa, porém, reconhecer que “os jornalistas cometem erros” e devem ser os primeiros a admiti-los, assinalou, frisando que “o importante é estabelecer sistemas de controlo prévios,

detectar os erros, admiti-los e rectificá-los”.

Agências e rigor

Para Luísa Meireles, directora de Informação da Lusa, as agências noticiosas devem ter “especiais cuidados” perante as notícias falseadas, ou manipuladas, pela sua capacidade de difusão, defendendo a literacia para os media nas escolas como forma de debelar o fenómeno.

“Por isso, acho que as agências têm que tratar a informação de uma forma mais rigorosa, ainda mais canónica, para garantir os seus padrões de rigor e credibilidade”, sublinhou, citando o caso de uma editora de ‘fact checking’ [verificação de factos] numa grande agência que diz que “não existe receita segura para lutar contra as ‘fake news’ sem ser o voltar ao básico”.

Em outras palavras, “voltar às velhas regras do jornalismo do contraditório, do ‘checkar’ informações”, apontou Luísa Meireles.

Por sua vez, o director-geral de informação da Impresa, Ricardo Costa, considera que os media têm de “ser capazes” de “não cometer erros” e, quando estes acontecem, devem ser assumidos e corrigidos de imediato. “O grande desafio do jornalismo hoje é conseguir trabalhar em dois tempos: se há alguma coisa que aconteceu, nós temos que

dizer isso, temos de ser capazes de ir contando o que está a acontecer, ao mesmo tempo temos de ser capazes de não embarcar em coisas que não estão confirmadas e termos a capacidade de trabalhar as coisas com tempo”, rematou.

Também Mafalda Anjos, ‘publisher’ da “Trust in News” e directora da revista “Visão”, considera que apesar de uma ameaça, as notícias falseadas podem ser “uma oportunidade para os media de referência e de qualidade”.

Isto “porque, na verdade é isso que os distingue, os media de referência (...) que conseguem garantir os princípios básicos do jornalismo, o código deontológico, a ética jornalística e (...) que conseguem passar a mensagem de que o jornalismo com ‘fake news’, com mentiras, com desinformação, não entra, esses têm aqui algum espaço”, sublinhou Mafalda Anjos.

Já Domingos Andrade, director do “Jornal de Notícias” (JN), aponta que a maior ameaça aos media assenta na incompreensão dos públicos em relação ao seu papel enquanto mediador e escrutinador dos demais poderes.

Para o responsável do jornal da Global Media, os jornalistas, que partilham responsabilidades na propagação das chamadas notícias falseadas, têm de fazer “uma espécie de ‘back to basics’ e

perceberem que têm de ser absolutamente rigorosos naquilo que fazem, que o exercício do contraditório é para ser exercido permanentemente, que a mistura entre factos e opinião acarreta perigos enormes, que muitas vezes a emergência do instante faz perder o pé naquilo que são as fundações no exercício do jornalismo”.

“Mais verificação, mais calma, um esforço maior de perceber o que é verdade e o que não é verdade”, considera a directora executiva do Diário de Notícias (DN), Catarina Carvalho, que defende uma nova atitude no jornalismo para combater a desinformação. “Terem deixado sair a memória das redacções e terem fragilizado também a relação entre o trabalhador e a empresa, em que há trabalhadores precários, e a pressão do tempo... tudo isso leva a que não se faça aquilo que tem de se fazer em jornalismo”, rematou, por sua vez, Maria Flor Pedrosa, directora de Informação da RTP.

António Costa, ‘publisher’ do jornal económico ‘online’ ECO, Filipe Alves, director de “O Jornal Económico”, consideram o fenómeno uma ameaça, mas ambos também defendem que é uma oportunidade para o jornalismo de qualidade.

Por sua vez, o director do “Observador”, Miguel Pinheiro, admite que o fenómeno ajudou a alterar hábitos na sua redacção, a começar pelo cepticismo.

“Hoje em dia todos temos de estar muito mais desconfiados da informação que circula do que acontecia no início das redes sociais, em que havia uma presunção de veracidade de uma série de coisas. Hoje em dia, não”, afirma.

O cepticismo tornou-se maior em relação à informação que lhe chega à redacção e acabou com a “ilusão do jornalista cidadão”, segundo o qual “qualquer pessoa podia filmar um vídeo, estava aí a notícia e podia mandar para os jornais”, refere o director do jornal ‘online’.

“Seremos sempre um guardião daquilo que é a verdade interpretada pelos jornalistas e isso é o nosso exercício secular e eu creio que é insubstituível mesmo. Está a sofrer dificuldades nesta fase de transição, mas não corre perigo de desaparecer”, sublinha Sérgio Figueiredo, director de informação da TVI.

Antes, “éramos os porteiros da discoteca, dependia de nós quem entrava e quem não entrava. Agora, entram por todo lado, mesmo coisas que não passam nas televisões – que ainda são os grandes media a nível mundial”, salienta.

“Haverá um momento em que as pessoas normais vão deixar de querer ser enganadas – porque estamos a falar de um fenómeno, apesar de tudo, muito recente –, e aí o papel das marcas e da relação de confiança que a gente tem com a Reuters, a Lusa, a TVI” vai marcar a diferença e “as marcas de informação tenderão a ser o filtro natural”, conclui o director de informação da estação de Queluz.

Debate parlamentar

Estas serão algumas das questões a debater em Abril próximo pelo Parlamento português, conforme anunciou o presidente da Assembleia da República de Portugal na cerimónia de encerramento da conferência.

O debate terá por base um estudo da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), sobre a desinformação na comunicação digital. O documento deverá incluir “medidas legislativas

a tomar”, e deverá ser entregue à Assembleia no início de Abril.

“Certo é que vivemos um tempo em que a desinformação, sejam notícias falsas, deturpadas, imprecisas ou enganosas, atingiu uma gravidade tal que constitui uma verdadeira ameaça para a democracia”, disse Ferro Rodrigues no encerramento da conferência organizada pelas agências ibéricas de notícias.

Antes, “éramos os porteiros da discoteca, dependia de nós quem entrava e quem não entrava. Agora, entram por todo lado mesmo coisas que não passam nas televisões – que ainda são os grandes media a nível mundial”

O líder parlamentar destacou, ainda, o “total empenho do Parlamento numa reflexão profunda” sobre o futuro do jornalismo e mostrou-se confiante de que será possível “um consenso” entre partidos para aprovar “medidas e meios” para “um eficaz combate à desinformação”.

Ferro Rodrigues reconheceu que “a intervenção do Estado em matérias que podem contender com a liberdade de expressão e de imprensa é sempre delicada” e admitiu ser “possível encontrar soluções que não firam os princípios constitucionais instituídos”.

Sem adiantar pormenores sobre o tipo de medidas possíveis de adoptar, o presidente da Assembleia da República de Portugal lembrou os relatórios e recomendações da União Europeia e de outras organizações que “atestam a preocupação mundial por este fenómeno” e que têm “medidas delineadas” que são “uma base de trabalho” para todos.

Só que o que tem sido feito até agora, a nível da União Europeia, parece ficar aquém do pretendido.

Código de conduta europeu

A directora da Unidade de Comunicação Estratégica da Comissão Europeia, Tina Zournatzi, não se mostrou satisfeita com os primeiros relatórios das plataformas que aderiram ao código de conduta contra a desinformação. “Esperava mais”, afirmou na conferência “Combate às fake news – uma questão democrática”.

A especialista grega salientou que o código de conduta, que a Comissão Europeia pôs em prática para combater a desinformação, foi assinado por algumas empresas de publicidade, bem como pelo Facebook, Google, Mozilla e Twitter.

Este código de conduta pretende aumentar a detecção, análise e exposição da desinformação, mobilizar o sector privado para atacar este fenómeno, uma cooperação e respostas mais fortes contra as fake news, e ainda aumentar a consciência e a resiliência social.

“Esta é a primeira vez, globalmente, que a indústria consente, de forma voluntária, criar estes critérios de auto-regulação para combater a desinformação”, sublinhou a especialista.

Cada um destes agentes concordou “em relatar o progresso a cada mês até às eleições europeias (que se disputam de 23 a 26 de Maio), bem como a cada ano nos próximos anos”, revelou Tina Zournatzi, tendo os primeiros relatórios sido entregues em Janeiro.

“Não ficámos particularmente entusiasmados com os relatórios”, referiu. “Este mês esperamos mais”.

Os euromitos

Para a directora da Unidade de Comunicação Estratégica da Comissão Europeia, um dos exemplos graves das consequências de não dar atenção à desinformação e à criação do que chamou euromitos, terá sido o Brexit.

“Durante vários anos, deixámos andar sem uma defesa a sério, e depois, quando o Brexit aconteceu, apercebemo-nos de que ao longo de tantos anos o público britânico tinha ficado com uma visão muito diferente daquilo que a União Europeia (UE) estava realmente a fazer”, afirmou Tina Zournatzi.

Na opinião de Zournatzi, “a desinformação tem um efeito perigoso” e a Europa tem-se confrontado com isso diversas vezes, por exemplo de cada vez que surge uma nova regulação sobre alimentos ressurgem o euromito de que a UE quer banir certos alimentos.

Tina Zournatzi disse também que a informação falsa provém igualmente da Rússia e, por isso, desde 2015, existe uma equipa na UE (East Stratcom Task Force) que se ocupa especificamente da desinformação pró-Moscovo, que já encontrou cinco mil exemplos.

Um dos métodos utilizados por Moscovo, contou, é espalhar várias versões do que aconteceu para confundir as pessoas, que não sabem em que acreditar.

A chefe da Unidade do Porta-voz do Parlamento Europeu (PE), Marjory van den Broeke, sublinhou, por seu lado, a necessidade de debater e reagir à desinformação.

A responsável europeia explicou que o PE trabalha “activamente para desmascarar” informações falsas, “ainda que nem sempre façam sentido”.

“Temos de ser credíveis, não podemos dizer balelas às pessoas. Só vamos reagir a coisas que estão incorrectas e nunca vamos dizer balelas às pessoas. Pela simples razão de que, se o fizermos, elas não voltam [a confiar nas instituições europeias]”, assegurou.

Marjory van den Broeke referiu também que o Parlamento Europeu não pode negligenciar as informações, apenas porque circulam na Internet. “Podemos ser muito cerebrais e dizer que estamos acima disso, mas não vai ajudar”, considerou.



Directora Tina Zournatzi

Um problema de liberdade?

O embaixador para a ciberdiplomacia, Luís Barreira de Sousa, denunciou os ataques no ciberespaço, que comprometem a confiança dos cidadãos e enfraquecem o Estado de Direito, obrigando o debate a centrar-se também sobre a liberdade de expressão.

Os ataques dirigidos às instituições democráticas e partidos políticos “podem ser gravíssimos, prejudicar a integridade do voto, minar a confiança dos cidadãos e dos eleitores e enfraquecer o estado de direito”, sublinhou o embaixador, responsável em Portugal pelo sistema de alerta rápido de campanhas de desinformação que a União Europeia está a implementar.

Luis Barreira de Sousa considerou que o combate à desinformação “pode pôr em perigo características do ciberespaço”, nomeadamente no que respeita à liberdade de expressão.

Este valor, que era considerado universal, “não é necessariamente comungado por toda a gente”, notou o embaixador, destacando que se vive “um período difícil” marcado por um confronto entre dois modelos de organização da Internet: um, defensor da liberdade de expressão, e outro baseado na “soberania digi-

tal” e no “controlo da expressão”.

Admitindo que o ciberespaço “é extremamente vulnerável ao abuso”, Luís Barreira de Sousa sublinhou que a deslocação da actividade maliciosa para as instituições democráticas obriga também a procurar respostas.

O público

A nível de jornalismo, os conferencistas consideraram que o impacto das “fake news” tem-se revelado devastador para a confiança do público na informação difundida pelos títulos de grande difusão, que sofrem a concorrência das redes sociais.

Neste caso, a responsabilidade do combate à desinformação está nas mãos do receptor, apontou, como ideia de reflexão, Walter Dean, ex-jornalista norte-americano e professor universitário convidado na Universidade Nova de Lisboa, que tem estudado o tema das “notícias falsificadas”.

“Acho que o principal é que as pessoas têm de prestar atenção às fake news”, disse Dean, sublinhando a dimensão que as falsas informações alcançam nas redes sociais.

O aspecto político é actualmente, para Walter Dean, o ponto crítico, com os países a transformarem a informação num campo de batalha, uma guerra por ideias, pela consciencialização pública.

“Começaram a usar a informação em propaganda para alcançar prioridades nacionais e se pretendem criar confusão ou desestabilizar é isso que vão tentar fazer. E isso pode mudar a forma como os países funcionam”, disse. Walter Dean afirmou que está a tentar perceber a relação entre cidadãos e instituições governamentais. “Um dos principais desafios é como reagem a ‘fake news’. Por um lado, têm de proteger a liberdade de expressão e, por outro, têm de proteger a qualidade da informação que os eleitores usam para tomarem boas decisões sobre a governação”, declarou. “A internet torna isso mais difícil, porque há ali tanta informação e tão disponível. Qualquer um pode agora publicar e editar, passando informação a outras pessoas. Pode isto ser regulado, deve ser regulado?”, questionou.

A reinvenção do jornalismo

No mesmo painel, dedicado à forma como o jornalismo e as agências noticiosas podem combater o fenómeno, o jornalista Paulo Pena, autor de uma série de reportagens no “Diário de Notícias” sobre “fake news” em Portugal, disse que o jornalismo precisa de se reinventar para que “a desinformação não triunfe”.

“Isso é mais urgente agora do que no passado”, disse. Afirmando que o panorama em Portugal é diferente do exposto por Walter Dean, Paulo Pena considera que em Portugal “mudou a maneira como os cidadãos validam a informação”, quando “muitos acreditam em mentiras, mesmo sabendo que são mentiras, apenas porque reforçam as suas convicções”.

O mecanismo é simples e levará esse cidadão a pensar que se não gosta “do político A”, então acredita que “ele roubou ou é corrupto”, descreveu. O principal problema deste mecanismo é o risco que representa para a democracia.

E se “a liberdade de opinião deixar de se basear em factos, ela deixará de ser útil”. As redes sociais, alertou, aproximam-se mais de “tascas” do que o “Speakers Corner”, em Londres, onde cada um vai expor livremente as suas opiniões.

“Este é o melhor pretexto que temos para olhar com seriedade para o jornalismo, para encarar as suas falhas, o seu complexo e grave problema económico, mas também a sua utilidade social”, disse.

“Este é o melhor pretexto que temos para olhar com seriedade para o jornalismo, para encarar as suas falhas, o seu complexo e grave problema económico, mas também a sua utilidade social”, disse.

“Fake news” não são crime

Para já, contudo, as “fake news” não são crime. Isso mesmo sublinhou Carlos Cabreiro, director da Unidade Nacional de Combate ao Cibercrime e à Criminalidade Tecnológica (UNC3T) da Polícia Judiciária portuguesa, durante a sua intervenção no encontro de Lisboa. “Não temos um crime ainda que venha a prever esta questão das “fake news””, sublinhou.

A PJ, contudo, não está de mãos atadas e pode reagir. “Há um conjunto vasto de crimes a que as podemos associar”, sublinhou o director da UNC3T, dando o exemplo do crime de

calúnia. O grande problema é a identificação dos autores. Neste “domínio do falso”, afirmou Carlos Cabreiro, “as polícias não estão nada facilitadas”. E “até o conceito de nação é colocado em causa”, assim como o tempo da acção.

“O lastro de informação” pode ser criado hoje, lembrou, master impactando “daqui a seis, sete meses, distante da prática dos factos”, lembrou.

O anonimato permitido por um “conjunto vasto de ferramentas” e a criação de falsas identidades são outros obstáculos. Existe “um vasto conjunto de ferramentas que permitem a anonimização”, reflectiu o técnico, acrescentando que “o próprio mercado possibilita a criação de falsas identidades”.

“Estamos perante uma combinação perfeita em que, com um simples clique, podemos causar um dano alargado, podemos ter um alvo de milhões de pessoas, um elevado número de vítimas, e com uma velocidade inigualável”, sublinhou Carlos Cabreiro.