

**Esteves, F., & Sampaio, G. (2020). *Viral: A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação [e-book]*. Ed. Desassossego. 157 p. ISBN 9789898892836**

Por: ALEXANDRE FABEN

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

Universidade Federal Fluminense - PPGCI/UFF

[alexandrefaben@gmail.com](mailto:alexandrefaben@gmail.com)

ORCID: 0000-0001-9011-632X

Da autoria de Fernando Esteves e Gustavo Sampaio, respetivamente director e director-adjunto do Polígrafo, primeiro jornal português de *fact-checking* (verificação de factos), *Viral: A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação* é um *e-book* com título instigante que traz consigo a luta constante ao combate às *fake news*, capazes de viralizar com potencial epidémico espalhando a desinformação, sobretudo em países com governos populistas, onde a utilização de plataformas digitais corroboram com o compartilhamento veloz de informação falsa, o que compromete as sociedades democráticas. As redes sociais são atualmente os principais meios de comunicação e informação e a mídia *online* é apontada como principal fonte de notícias no mundo. Os autores apresentam reflexões e factos, designadamente os que levaram ao *Brexit* e à eleição de Donald Trump, ambos em 2016, e a eleição de Jair Bolsonaro à presidência do Brasil em 2018, e explicam a produção de *fake news* como instrumento de propaganda política, desinformação e manipulação da opinião pública. O livro oferece medidas eficazes que consistem na promoção da literacia mediática e da verificação de factos, bem como aborda conceitos necessários para o entendimento do assunto citando exemplos reais do fenómeno da difusão de informação falsa com amplitude mundial, ao longo da história.

As redes sociais funcionam como agregadores de notícias e, na maior parte dos casos, não apresentam as fontes de informação. Ou seja, recolhem e apresentam notícias a partir de uma ampla variedade de origens, independentemente da qualidade, pois não há verificação dos factos nem averiguação jornalística. Ao contrário dos meios de comunicação tradicionais, os produtores de *fake news* não têm uma reputação a manter nem qualquer incentivo para serem verdadeiros.

Sem uma hierarquização de acordo com a reputação jornalística da fonte, os produtores de *fake news* são colocados ao mesmo nível das notícias provenientes dos meios de comunicação social tradicionais. Disputam assim o interesse e a atenção dos leitores no mesmo patamar, quer seja uma página criada e mantida por um único técnico informático, quer seja um órgão de comunicação social com uma redacção formada por centenas de jornalistas (p.16).

Os autores chamam a atenção para o facto de os leitores com menor literacia mediática não distinguirem as fontes credíveis das fontes duvidosas, acabando por consumir e partilhar *fake news* recorrentemente. As pessoas tendem a dedicar uma maior atenção aos conteúdos mais populares. Estes mecanismos secundarizam os critérios de qualidade e credibilidade da informação, principalmente se lhe convém. Perante informações que vão ao encontro das nossas convicções acreditamos facilmente, independente da veracidade.

Pessoas reproduzem *fake news* sem se importarem se são mentiras, desde que promovam a sua convicção. A publicação de informação falsa potencializa a desinformação, então, no momento em que chega a público a verdade factual, com as provas, já não adianta muito porque a mentira espalha-se muito mais rápido.

No entanto, a manipulação da opinião pública, que tem sido mobilizada em torno de eleições democráticas, e o compartilhamento de *fake news* estão mais organizadas em torno de motivações políticas, como o caso do “gabinete do ódio”, no Brasil, nome dado a um grupo com foco nas redes sociais, inclusive na gestão de páginas de apoio à família Bolsonaro, que difundem *fake news* e atacam adversários políticos do presidente. Além da desinformação, incitam à violência digital e induzem em erro a opinião pública.

A manipulação audiovisual de pessoas, fazendo coisas que elas nunca fizeram na vida real, denominada *deepfake* (troca de rosto de pessoa em vídeo), consegue enganar até aqueles com maior nível de literacia mediática. A escala e a gravidade dos danos causados pelas *fake news* aumentaram substancialmente nos últimos anos e o conceito também acompanhou essa mudança. “Agora, *fake news* é uma frase global proferida tanto por líderes políticos como por cidadãos. É estampada em camisolas, utilizada em memes, abusada como *hashtag*. Nunca foi tão omnipresente e, como consequência, tão confusa e manipulada” (p.21).

Neste sentido, os autores exemplificam a guerra pelo domínio da linguagem e enfatizam que ao utilizar o termo *junk news* (notícias lixo, sem qualidade) enfatizam a distinção entre informação errada e conteúdos criados propositalmente para enganar. Analisam o fenómeno e explicam como ele se desenvolve, que tipo de conteúdo produz a tal distinção entre *junk news* e *fake news*:

“O mais útil de tudo é que ao utilizar o termo *junk news* podemos sinalizar claramente o melhor destino possível para esse conteúdo: o lixo” (p. 25).

Não obstante, é importante denunciar a utilização abusiva ou a interpretação errónea do conceito de *fake news*, contrariar a sua generalização, simplificação e banalização (p. 26).

A forma como as notícias falsas, que nem sempre são totalmente mentiras, acontece também devido à informação verdadeira descontextualizada, que também serve para manipular a opinião. Pois informação fora de contexto, conduz à distorção da realidade e leva a inferir conclusões erróneas.

O processo político amplia a difusão de *fake news*, eleva o nível de acirramento, polarização e distorção da informação, afetando, dessa forma, negativamente a democracia e a construção mínima de consenso.

Apesar da preocupação com o período eleitoral, o compartilhamento de *fake news* é um fenómeno, que afeta a sociedade todos os dias a tempo todo. A propagação da desinformação amplia os riscos à própria democracia, uma vez que a manipulação dos dados de forma personalizada e direcionada pode, em alguma medida, influenciar no processo eleitoral, assim como as *fake news* são utilizadas para reprimir dissidências, promover um governo e dirimir direitos individuais.

O *Brexit*, público e notório construto da utilização das redes sociais e da distorção da informação, caracterizado ao longo dos anos, ocorreu devido à publicação pela imprensa inglesa de notícias comprovadamente falsas, que disseminaram entre a população britânica ideias xenófobas, segundo as quais uma boa parte dos problemas da sociedade inglesa poderia ser explicada pela entrada excessiva de migrantes no país.

Em 2016, a candidata Democrata Hillary Clinton possuía forte favoritismo, enquanto o candidato Republicano Donald Trump estava desacreditado pela maioria dos meios de comunicação e órgãos de pesquisa eleitoral. O que não foi contabilizado nas análises e prenúncios, que indicavam a vitória de Hillary Clinton, era que Trump havia contratado para atuar em sua campanha uma máquina completa de propaganda e persuasão, influenciando ativamente nas decisões dos eleitores, a *Cambridge Analytica*. Direcionando o conteúdo certo à pessoa certa, a guerrilha cibernética promoveu a vitória de Donald Trump em uma eleição que parecia perdida. Este é um dos melhores exemplos do poder das *fake news*, que podem alterar e até mesmo distorcer o processo democrático que deveria se manter ilibado e alheio a interferências. Ao pensar essa realidade, nos esbarramos com outra problemática que se avolumou na medida em que os meios de comunicação e tecnologias de informação foram avançando e que se tornou muito evidente principalmente nas eleições brasileiras de 2018, a desinformação.

Os autores ressaltam essa diferença aplicada aos termos, visto que nem sempre a desinformação pode ser caracterizada como *fake news*. Ela pode ser até mesmo uma notícia real retirada de contexto ou uma notícia mais antiga que foi trazida à tona em um momento oportuno, levando os leitores a acreditarem que é uma notícia atual.

A desinformação também teve protagonismo nas eleições brasileiras, potencializada pelo poder disseminador das redes sociais, somada à falta de checagem das informações repassadas e popularização dos aplicativos de mensagens instantâneas. Assim como no caso da *Cambridge Analytica*, os eleitores brasileiros foram alvos de campanhas personalizadas e automatizadas, que contavam com o disparo de mensagens em massa através de celulares, sendo algumas das contas operadas por *bots*, isto é, diminutivo de *robots*, aplicações de *software* concebidas para simular ações humanas repetidamente na *internet*. A desinformação e as *fake news* contribuíram para que as eleições presidenciais de 2018 fossem vencidas por um candidato improvável, que no início dos pleitos não era nem considerado para o segundo turno.

Em seu conjunto, *Viral: A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação* é uma obra que apresenta perspectivas sobre a difusão de informação falsa e a propagação à escala global, e os seus impactos. Apresenta as mais persistentes *fake news* com origem em Portugal, bem como as *fake news* internacionais, que perpassam temas transversais, propagam-se e perduram na internet.

A obra também fornece recomendações úteis para não se deixar enganar e aprender a se defender das *fake news*, conselhos úteis para verificar a informação antes de decidir compartilhar. Ainda, apresenta um índice de páginas portuguesas que propagam a desinformação.

Neste sentido, a informação torna-se uma ferramenta poderosa e a informação contextualizada e verificada é a chave para combater *fake news* e desinformação. De igual modo, prevenir e restringir o compartilhamento de informação falsa e limitar a capacidade para difusão da desinformação. A regulação regulamentada de notícias falsas e o compartilhamento nas redes sociais deve ser complementada para que a disseminação de notícias falsas e a distorção premeditada de informação sejam controladas.

## Referências Bibliográficas

Esteves, F., & Sampaio, G. (2020). *Viral: A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação* [e-book]. Ed.Desassossego.



**BAUC VOL. EXTRA 1, 2022**

## **NOTA DE APRESENTAÇÃO**

### **ESTUDOS**

Os desafios da pós-verdade: por uma virada veritística na Ciência da Informação  
Carlos Alberto Ávila Araújo

Infodemic, disinformation and fake news: the role of libraries in Post-Truth Society  
Jorge Revez; Luís Corujo

O Arquivo Invertido: Limiares, Autenticidade e *Demos* (povo)  
James Lowry

COVID-19: 8 lecciones de la primera infodemia global que deberían ser una oportunidad para las bibliotecas  
Alexandre López-Borrull

Medidas públicas y privadas para combatir la desinformación. Un análisis comparativo  
Raúl Magallón-Rosa; Juan Pedro Molina-Cañabate; José Manuel Sánchez-Duarte

Transformações, comunicações e interações digitais no contexto da pandemia COVID-19: oportunidades, desafios e agendas de pesquisa  
Maria Cristina Viera de Freitas

### **RECENSÕES CRÍTICAS**

Figueira, J., & Santos, S. (Eds.). (2021). As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade. Imprensa da Universidade de Coimbra. 283p. ISBN 978-989-26-1777-0  
Luís Corujo

Magallón-Rosa, R. (2021). Desinformação e Pandemia: A Nova Realidade. Média XXI/Formalpress. 138 p. ISBN 978-989-729-224-8  
Andreia da Silva Almeida

Esteves, F., & Sampaio, G. (2020). Viral: A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação [e-book]. Ed.Desassossego. 157 p. ISBN 9789898892836  
Alexandre Faben

### **ISSN**

0872-5632  
2182-7974

### **MORADA PARA CORRESPONDÊNCIA**

Boletim do Arquivo da Universidade de Coimbra  
Arquivo da Universidade de Coimbra  
Rua de S. Pedro, 2, 3000-370 Coimbra, Portugal  
URL: <http://www.uc.pt/auc>