

CELESTINO JOANGUETE

O JORNALISMO MOÇAMBICANO E AS *FAKE NEWS*: O NOVO DESAFIO PARA A QUALIDADE DE INFORMAÇÃO

RESUMO: Na actualidade, o *fact-checking* tornou-se um imperativo rotineiro nas redacções, devido ao controle das *fake news* e suas consequências nefastas na qualidade de notícias. Nesta perspectiva, o presente artigo aborda, de forma específica, a problemática das *fake news* no jornalismo moçambicano e os procedimentos de verificação de factos como prática para o controlo de qualidade de informação. Tiveram-se em conta duas categorias de análise: a análise da classe de órgãos públicos, com financiamento e sob o controlo parcial ou integral do Estado e a análise dos órgãos de regime de propriedade privada. Com base nos resultados de informações colhidas, é possível concluir que a maioria dos órgãos de comunicação social Moçambicanos, quer os públicos quer os privados, não possuem nenhuma unidade interna de verificação da autenticidade de notícias e nem tão pouco um projecto comum de combate às *fake news*. Cada um dos órgãos funciona de forma independente com suas metodologias e seus critérios subjectivos de verificação baseados na relação de confiança com as fontes de informação.

Palavras-chave: *Fact-checking*; Interferência; Confiança; Fontes.

ABSTRACT: Nowadays, fact-checking has become a routine imperative in newsrooms, due to the control of fake news and its harmful consequences on the quality of news. In this perspective, this article specifically addresses the issue of fake news in Mozambican journalism and the fact-checking procedures as a practice for quality control of information. Two categories of analysis were taken into account: the analysis of the class of public media, with financing and under the partial or full control of the State and private property media. Based on the results of information collected, through interviews conducted with some

journalists, inferences about the fact-check procedures in the fight against fake news and the promotion of news quality reveals that the majority of Mozambican media, both public and private, do not have any internal unit for verifying the authenticity of news nor a common project to combat fake news. Each of the media works independently with its methodologies and subjective criteria based on the relationship of trust with the sources of information.

Keywords: Fact-checking; Interference; Trust; Sources.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o jornalismo tem sido desafiado pelo fenómeno de *fake news* a melhorar a sua cadeia de produção de notícias, começando pelas fontes de informação e os seus critérios de selecção.

Nos novos moldes de produção e distribuição de conteúdos jornalísticos, as *fake news* permeiam-se nas redacções, comprometendo a credibilidade dos meios de comunicação e a qualidade das notícias produzidas e distribuídas. É neste contexto, que interessa reflectir dois aspectos neste artigo: Os media, enquanto transmissor de factos noticiosos e como essa posição vem sendo desafiada pelas *fake news*. O segundo aspecto é a qualidade de informação, enquanto produto noticioso.

Os procedimentos metodológicos para a elaboração desta reflexão, socorrem-se da corrente epistemológica bastante presente no campo de estudos em jornalismo, designada por *framing analysis*, desenvolvida inicialmente por Erving Goffman e que desencadeou uma série de mudanças no pensamento sociológico durante a segunda metade do século XX.

Para a operacionalização do trabalho, foi preciso realizar entrevistas como técnica de colecta de dados junto de dois grupos de categorias de media moçambicanos: jornalistas de órgãos de comunicação social públicos, ou parcialmente públicos, e órgãos de natureza privados. Um exercício que resultou numa gama de informação, como é que

cada um dos órgãos combate as *fake News* e realiza os procedimentos técnicos de verificação dos factos noticiosos.

O procedimento de análise de dados foi de interpretação de discurso, no qual se destaca a verificação das categorias, ou seja, os elementos ou os aspectos com características comuns ou que se relacionam entre si, o que permitiu organizar, separar, unir, classificar e validar as respostas encontradas no instrumento de colecta de dados e, finalmente, o cruzamento de informações e sua interpretação.

No final do estudo, ficou assente a ideia de que o processo tradicional do contraditório mantém-se como o único método de *fact-checking*. Neste cenário, os media moçambicanos apresentam uma maior vulnerabilidade para a reprodução e propagação de *fake news*. Ademais, ressentem-se o fraco investimento em tecnologias de verificação das *fake news* nas redacções e de treinamento de jornalistas no combate a desinformação nas redacções.

CONTEXTUALIZAÇÃO

Existe uma relação estabelecida, na cadeia de valor de notícias, entre os produtos jornalísticos e a audiência. Uma ligação histórica que está sendo afectada pelo malefício da desinformação, na qual ambos os sujeitos estão a passar por um processo inquinado de *fake news*, quer para o produtor de notícias quer para o consumidor. Nisto, há um esforço dos media para recuperar a sua credibilidade e conquistar a confiança das audiências, construídas ao longo de muitos anos de relacionamento.

O contexto actual da massificação das tecnologias sociais e outros dispositivos móveis, ficou fácil para o cidadão produzir e disseminar conteúdos noticiosos. As novas tecnologias dão o poder participativo ao cidadão na cadeia de produção de notícias, na qual ele assume o papel dicotómico de *produser*, um termo cunhado por Bruns (2008). Por um lado, a sua participação na produção da notícia tem o aspecto positivo de inclusão e democratização da informação, em especial quando é

chamado a colaborar no jornalismo enviando factos noticiosos. Por outro lado, a sua inclusão na cadeia de produção jornalística como, por exemplo, fotografar, filmar e partilhar as supostas notícias, antes que elas sejam investigadas pode ser o factor gerador e circulação de *fake news*. (DEODATO & PEREIRA, 2019).

É nesta relação democrática jornalista/*producer* que se abre o espaço para uma reflexão sobre o papel que o *producer* deve desempenhar no modelo actual de produção de notícia, sobretudo os excessos de confiança dos jornalistas aos seus cidadãos repórteres, de modo a filtrar e combater a entradas das *fake news* nos produtos noticiosos. A demasiada porosidade de entrada de informação, no processo produtivo, deixa os órgãos de comunicação social mais vulneráveis à permeabilidade das *fake news*.

Por esta razão, as *fake news* são um dos maiores desafios para os media, suportados pelas tecnologias sociais, sobretudo, cuja fonte são os discursos políticos, o marketing digital e os seus interesses comerciais, falsas indústrias farmacêuticas, etc., pois os provedores das *fake news* ou desinformadores penetram nos media, como principais intermediários de disseminação de informação, esperando que eles se alistem como amplificadores e multiplicadores (UNESCO, 2019).

As *fake news* são normalmente gratuitas, ou seja, as pessoas que não podem pagar por conteúdos jornalísticos de qualidade ou que não têm acesso aos meios de comunicação ou ainda que não têm acesso às fontes oficiais de informação, são especialmente vulneráveis a elas (UNESCO, 2019).

Então, o que leva os consumidores de notícias a se tornarem vulneráveis às *fake news*? Estudos das ciências de comportamento humano tentam dar resposta ao fenómeno com base na pré-disposição do cidadão consumidor de notícias, o que torna fácil perceber como as tendências psicológicas e outros comportamentos relacionados podem afectar a maneira como se consomem as *fake news*.

Stearns (2016), no seu estudo, questiona a razão das pessoas consumirem e disseminarem as falsas informações. Uma das respostas dadas por ele sobre o consumo das *fake news* são as reações emocionais

dos receptores, responsáveis pela fácil recepção das falsas notícias, bem como da demasiada ansiedade das pessoas de quererem entender a vida social e política do mundo. Nisto não lhes importa partilhar qualquer tipo de informação aos seus interesses.

Konnikova (2017) no seu livro *The Confidence game*, bem como o estudo da psicologia do consumidor das *fake news*, realizado pela revista *Psychological Science*, com vista a estabelecer a relação entre o consumo das *fake news* e o comportamento humano, explica a dinâmica da mente humana no consumo das *fake news*. Os dois estudos inferem que as pessoas que consomem e partilham as *fake news* agem com base nas suas convicções pré-determinadas e, muitas vezes, é difícil convencê-las de que as notícias falsas são falsas.

APS (2019) e estudos de Vosoughi *et al.* (2018) intitulado *The spread of true and false news online*, reforçam a mesma ideia de pré-disposição do cidadão para consumir as *fake news*. Consequentemente, havendo um hospedeiro pré-disposto, elas se espalham e chegam a mais pessoas do que a verdade.

Numa outra perspectiva, Pinto (2018) aponta o consumo das *fake news* às motivações que resultam da indução externa, associadas às questões financeiras e de busca de obtenção de receitas através da competição por *clickbait*¹ e ainda motivações de ordem política e social.

Portanto, tanto Vosoughi *et al.* (2018) como Stearns (2016) têm justificações convergentes, que nos remetem à dimensão psicológica e emocional como a causa do consumo das *fake news*. Seja como for, as *fake news* sempre existiram no jornalismo embora não tenham sido estudadas intensamente nas ciências do comportamento humano. Certo que elas, através da massificação da Internet e das redes sociais, aumentaram o potencial viral e se difundem rapidamente.

Apesar do acesso à informação possibilitar o exercício da cidadania em sociedades de direitos, descentralizar a produção de

¹ Clickbait é uma tática usada na Internet para gerar tráfego online por meio de conteúdos enganosos ou sensacionalistas.

informação noticiosa e possibilitar a sua maior democratização, todos os autores acima invocados: Stearns (2016); Konnikova (2017); Vosoughi *et al.* (2018); Pinto (2018) e APS (2019) concordam com a existência de factores comportamentais e induzidos que provocam o consumo das *fake news*.

Algumas soluções têm sido avançadas para combater as *fake news* através de normalização social, elaboração de manuais para os jornalistas e introdução nos currículas escolares das disciplinas de literacia informacional. Os manuais, apesar de fornecerem instruções de combate às *fake news*, eles têm um alinhamento insuficiente devido à complexidade do fenómeno. Além disso, tem havido alianças institucionais e criação de frente comum de combate às *fake news*. Por, exemplo, a agência de notícia *Reuters* fez parceria com o *Facebook Journalism Project* para melhorar a detecção de vídeos “*deepfake*”, que usam técnicas de aprendizado de máquina para enganar os espectadores, fazendo as pessoas parecerem ter dito algo que não disseram. (BURRELL, 2019).

Nos últimos anos, com a eclosão das *fake news*, o jornalismo tem vindo a impor novas soluções e mudanças radicais na cadeia de produção noticiosa, na qual os jornalistas e os editores reassumem o seu papel de verdadeiros *gatekeepers* e certificadores da qualidade de informação.

Em tempo de *fake news*, o principal risco é a descredibilização dos órgãos noticiosos e da audiência passar a acreditar em qualquer conteúdo que circula nas redes sociais da Internet e que se assemelhe aos seus sentimentos e deixando de lado a capacidade racional de verificar a autenticidade ou criticar os factos (UNESCO, 2019).

O risco ainda maior para o jornalismo, com a pandemia de Coronavírus, os media podem tornar-se meios de veiculação de informações falsas, criar boatos e reforçar um pensamento, por meio de mentiras e da disseminação de falsos alarmes, medo e pânico. Consequentemente, prejudicar o esforço de combate à pandemia (ROBSON, 2020).

É preciso entender que as *fake news*, classificadas em categorias, marcam a sua presença em cinco campos principais: Jornalismo, político, medicina, económico/comercial e social. Elas são produzidas intencionalmente por humanos e por *boots* (robôs electrónicos) usados como ferramentas algorítmicas para conquistar as suas vítimas ou potenciais clientes através de conteúdo gerados automaticamente.

CLASSIFICAÇÃO DE *FAKE NEWS*

No estudo sobre as *fake news*, foram classificados e tipificados sete categorias diferentes, sendo elas: i) A sátira ou paródia não tem a intenção de causar nenhum mal, mas pode enganar o leitor; ii) a falsa conexão é um tipo de *fake news* em que a chamada de atenção em letras garrafais não condiz com o conteúdo; iii) Conteúdo enganoso é outro tipo de *fake news* no qual há o uso maldoso de informação para difamar outro conteúdo ou pessoas; iv) O falso contexto é um tipo de *fake news* cujo contexto é verdadeiro, mas é compartilhado com um contexto falso; v) Conteúdo impostor usa o nome/foto de uma pessoa ou marca atribuindo-as falsas afirmações; vi) Conteúdo manipulado é um tipo de *fake news* em que o conteúdo é verdadeiro, mas é manipulado para enganar o público; e por fim o vii) Conteúdo fabricado é um tipo de *fake news* em que a informação é 100% fabricada para causar algum mal, espalhar boato e criar desinformação. (Wardle, 2017).

Apesar de existir uma variedade de tipologias de *fake news*, o fenómeno no seu sentido genérico pode não corresponder ao fenómeno que se busca estudar e compreender. As *fake news* alistadas por Wardle (2017) assumem vários mecanismos de propagação. Uma parte desta propagação é feita inocentemente por jornalistas, devido à pressão que recebem para relatar com precisão as informações emergentes nas redes sociais da internet e em tempo real; a outra parte é disseminada por grupos de influenciadores da opinião pública e ainda uma outra,

mais sofisticada e industrializada, é promovida através de redes de *boots* (robots electrónicos) e fábricas de *trolls*².

Uma das formas de verificação e deteção de *fake news* sugere 6 passos fundamentais: determinar se o artigo é de um site legítimo; verificar a legitimidade da página e entrar em contato com os proprietários; examinar a assinatura do repórter; ler atentamente o artigo de notícias; examinar as fontes de informação; verificar os anúncios publicitários; pesquisa nos motores de busca. (KESSLER, 2016).

Há uma campanha mundial de consórcios para criação de sistemas electrónicos de verificação de factos noticiosos, porém as consequências das *fake news*, independentemente das suas tipologias e das formas de propagação, continuam a afectar os nomes de empresas, marcas, pessoas singulares, jornalistas, órgãos de informação e sistemas de saúde, se não se souber reverter a situação através de mecanismos e protocolos de combate, denominado *fact-checking*.

O campo de jornalismo é um dos mais afectado pelas *fake news*, pelo facto de assumir o papel de mediação, isenção e defensor da objectividade. Sendo assim, o seu esforço de combate é redobrado e precisa acompanhar os padrões profissionais, a ética e apostar no *fact-checking*, antes de publicar qualquer tipo de notícia recolhida ou enviada por fontes que se considerem oficiais. Essa é uma tarefa fundamental para os jornalistas individualmente e para os media como entidade corporativa.

FACT-CHEKING

O termo *fact-checking* tinha um significado no jornalismo, pois referia-se ao trabalho do verificador que era empregado nas redacções

² Na gíria da internet, designa uma pessoa cujo comportamento tende sistematicamente a desestabilizar uma discussão e a provocar e enfurecer uma pessoa para depois desqualificá-la, matando o seu argumento e abalando a sua reputação num fórum.

para revisar e apurar os factos ou notícias feitas pelos repórteres. Este modelo avaliava a autenticidade da informação e servia como o filtro de controle de qualidade, antes da publicação (GRAVES & AMAZEEN, 2019; PŘENOSIL, 2017). Ao longo do tempo, a verificação de notícias tornou-se preocupação da maioria dos órgãos de comunicação social em todo mundo, devido à proliferação das *fake news*.

A verificação de factos, ou em inglês *fact-checking*, refere-se à avaliação de declarações e retóricas quanto à precisão e veracidade, bem como o combate aos rumores virais. A verificação de factos é uma forma de prestação de contas no jornalismo, porque as declarações geralmente são feitas por políticos, fontes oficiais do governo ou outras posições de grande relevo social que são responsabilizadas por suas palavras e acções. Portanto, o trabalho requer fontes originais, pesquisa intensa e dados de alta qualidade.

Na redacção clássica de jornalismo, o processo de *fact-checking* começa com a confrontação dos dados ou informação com estudos científicos e documentos oficiais. (NSC, 2018). Após a verificação, a informação recebe a classificação categorizada por verdadeira ou falsa. Em algumas situações, as fontes são ouvidas para contrapor a constatação.

Em alguns órgãos sob o controlo governamental ou capturados pelos governos, é comum a reprodução literal das informações repassadas pelos porta-vozes ou assessores de imprensa para cobrir aquilo que é do interesse do Estado, aquilo que é descrito por Ramonet (1999) como reprodução mediática.

Com uso de ferramentas electrónicas de verificação das *fake news* torna-se ainda mais fácil a verificação dos factos, começando por confrontar os discursos com as evidências. As ferramentas electrónicas mais sofisticadas correm sobre os textos, videos e imagens para verificar as suas autenticidades e, por fim, classifica-os entre verdadeiros e falsos. Neste processo, a missão é de conferir qualidade à informação jornalística e promover os discursos da verdade e honestidade.

As notícias falsas mudaram completamente a forma de produção e tratamento de informação noticiosa nos meios de comunicação

social, justamente para evitar que elas descredibilizem os media mais sérios. Apesar do processo de verificação dos factos ser fundamental nas redacções, foi com a massificação das *fake news* que surgiram iniciativas e consórcio de organizações para fortalecer as redacções para combater a desinformação, escrutinando os discursos de autoridades políticas, notas de imprensa e fontes de informação e, inclusive, as fontes que se considerem fidedignas.

Várias iniciativas tinham sido lançadas por empresas jornalísticas e de tecnologia para o combate às *fake news*. Algumas delas foram criadas com o objectivo específico para cada tipo de *fake news*: uns para lidarem com as *fake news* políticas durante o período das eleições, outras têm uma actuação no campo da *fake news* comerciais e outras no sector da saúde.

Em consequência do combate às *fake news*, actualmente existem mais de 100 projectos de verificação de factos, em 40 países (MANTZARLIS, 2016). Seja qual for o projecto de verificação dos factos e da acção combativa, a prática de verificação da autenticidade das informações noticiosas nas redacções deve assumir-se como um compromisso muito sério nos meios de comunicação social, pois o interesse pela verificação dos factos é uma preocupação global, sobretudo no sector dos media, na saúde, política, actividade comercial e na vida social.

O relatório da *Duke Reporters*, centro de pesquisa em jornalismo da Universidade de Duke, consolidou e actualizou os dados, em 2019, evidenciando a existência de pelo menos 210 plataformas de verificação de factos em 68 países. Este dado quintuplica o número oferecido pela primeira edição do mesmo tipo de relatório, divulgado em 2014. O número de projectos de *fact-checking* era de 44 em 2014 e aumentou para 149 em 2018, um crescimento de 239%. Em abril de 2019, o centro já registava 160 *fact-checkers* pelo mundo (STENCEL & LUTHER, 2019).

Inicialmente, os projectos de *fact-checking* eram iniciativas individuais de organizações ou países. Com o aumento dos projectos em funcionamento pelos continentes, os verificadores dos factos de diversos países reuniram-se numa conferência internacional, da qual

resultou na criação de *Fact-Checking Network*, no dia 15 de Setembro de 2015 na Flórida, EUA, cujo objectivo era, entre outros: monitorar tendências, formatos e elaboração de políticas sobre verificação de factos em todo o mundo; promover padrões básicos de verificação de factos; financiar bolsas de estudos anuais; convocar verificadores de factos para conferência anual e promover esforços colaborativos na verificação de factos internacionais (POYNTER)³

Graças ao baixo custo da distribuição *on-line* e a crescente disponibilidade de dados abertos fizeram com que muitos projectos de verificação de factos se expandissem pelo mundo e administrados, não por meios de comunicação social estabelecidos, mas por organizações da sociedade civil (MANTZARLIS, 2016).

A verificação de factos atingiu em 2019 alguns países do continente africano, nomeadamente, Namíbia através de *NamibiaFactCheck*, Zimbabwe com *Zimfact*, Gana com o sistema *GhanaFact* e outros países. Paralelamente, os verificadores da Agence France-Presse, AFP, impulsionaram ainda mais os seus editores no Quênia, Nigéria e África do Sul, quando introduziram o sistema de verificação de *fake news* em 2019 (NDLOVU, 2018; TARDÁGUILA, STENCEL & LUTHER, 2019).

De qualquer das formas, a expansão de projecto de verificação dos factos é um serviço vital e fundamental para o jornalismo fornecer informações de qualidade ao público, principalmente para os países em vias de desenvolvimento como Moçambique. Porém, os projectos de verificação electrónica não podem relaxar os métodos clássicos de verificação para manter a credibilidade junto do público. É preciso que os jornalistas e editores produzam o jornalismo de alta qualidade como diferenciador de seus produtos face à quantidade abundante das *fake news* na Internet e redes sociais.

Avaliação das notícias, de forma crítica, constitui também um dos objectivos defendido pela UNESCO (2019) sobre alfabetização

³ Poynter, The International Fact-Checking Network, in: <https://www.poynter.org/ifcn/>

mediática e informacional. Este organismo reconhece o papel da informação e dos media na sociedade e, por essa razão, acredita ser fundamental incluir o cidadão no combate às *fake news*, fazendo-o compreender as funções dos media e desenvolver o senso crítico dos seus conteúdos.

QUALIDADE DE INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

As *fake news* influenciam a qualidade dos produtos jornalísticos. Por isso, há uma relação de causalidade entre as notícias falsas e a qualidade. Tal como a definição geral da qualidade de produtos tangíveis e intangíveis, o conceito de qualidade dos produtos jornalísticos não foge da regra geral, que estabelece a relação entre o produto e a expectativa do consumidor.

No entender de Guerra (2019) e Camargo (2018), a qualidade de produtos, em geral, é regida pela norma internacional de qualidade, que abrange quatro aspectos importantes: indicador de eficiência; eficácia; efectividade e indicador de atendimento. O primeiro tem a preocupação em atingir o resultado da maneira mais económica possível com menos tempo e menos recursos. O indicador de eficácia trata de produzir uma quantidade desejada do efeito desejado, ou o sucesso na realização de um objectivo, enquanto a efectividade é a junção da eficácia com a eficiência. Com os indicadores de efectividade consegue-se mensurar se os objectivos propostos foram alcançados e; por último, o indicador de atendimento mostra se a organização ou empresa está a cumprir com o que promete ao oferecer determinado produto ou serviço ao consumidor.

Especificamente, os indicadores de qualidade de produtos jornalísticos enquadram-se nas referências acima indicadas, porém vistas sob outros dois prismas teóricos: primeiro, a qualidade entendida enquanto serviço público, na qual o cidadão tem o direito de “acesso a informação credível sobre acontecimentos relevantes da vida pública (...) de maneira a melhorarem e desenvolverem a sua

capacidade de compreenderem e agirem sobre o espaço público” . Segundo, a qualidade vista como um investimento estratégico em que “os resultados globais do ponto de vista económico-financeiro, podem ser obtidos mediante a aposta num jornalismo sério e exigente (PINTO & MARINHO, 2003: 5-6).

Apesar de haver esta discussão sobre a qualidade da informação no geral, estudos revelam ser uma abordagem complexa e de pouca consensualização. Entre os teóricos das ciências de informação há o consenso de que se trata de um tema ainda por explorar (PAIM, NEHMY & GUIMARARÃES, 1996).

A qualidade de informação no jornalismo expressa o grau de conformidade entre as notícias publicadas e as expectativas da audiência, considerada em duas dimensões: uma primeira que é privada, relativa aos gostos do público, preferências e interesses pessoais e uma segunda, que é pública e se refere ao interesse público como valor-notícia de referência universal, como ficou demonstrado em (PINTO & MARINHO, 2003 e GUERRA, 2019).

Evidentemente, o processo de avaliação da qualidade de produtos jornalísticos requer a identificação e análise de toda a cadeia de produção de notícias e os seus valores intrínsecos, que o compõem e, inclusive, avaliação do grau de satisfação do consumidor (audiência).

Por esta razão, uma das formas de acompanhar a evolução da qualidade dos produtos jornalísticos, pressupõe estar sintonizado com as expectativas do público, aferindo aspectos positivos e negativos, observando mudanças nas tendências de consumo e gosto, enfim, avaliando a recepção (CHRISTOFOLETTI, 2010).

Neste jogo do estudo de comportamento do consumidor/audiência é uma das condições necessárias ao jornalismo para superar a actual crise de audiência e manter-se como uma entidade de referência para a sociedade. Além disso, a qualidade jornalística sempre constituiu uma preocupação para as entidades de acompanhamento e crítica dos media, que buscam fiscalizar e avaliar as notícias produzidas pelos meios de comunicação social.

Embora a discussão sobre qualidade tenha ganho destaque em tempos recentes de *fake news*, ainda são poucos os países subdesenvolvidos que têm métodos modernos e sofisticados de verificação das notícias falsas ou procedimentos regulares de avaliação reconhecidos pela sociedade, pelos profissionais de comunicação social e pelas organizações agregadoras de jornalistas.

FACT-CHECKING E A QUALIDADE DO JORNALISMO MOÇAMBICANO

Em Moçambique estão licenciadas oficialmente 9 revistas, 17 jornais em formato papel, 39 publicações electrónicas de jornais e revistas; 134 Rádios Comunitários e 18 canais da televisão. Estes órgãos não são imunes ao fenómeno de *fake news*. Por isso, o objectivo desta secção é perceber os filtros e os mecanismos de verificação de factos nos media Moçambicanos.

Particularmente em Moçambique é difícil distinguir o jornalismo de alta qualidade de conteúdos promocionais ou até mesmo de notícias falsas. Para aferir a qualidade de notícias nos media, foram realizadas 12 entrevistas aos jornalistas e editores de alguns órgãos de comunicação social, com vista a extrair as formas e procedimentos de verificação de informação nas redacções.

O crescimento do *fact-checking* está directamente ligado à massificação das *fake news* nos media, como uma forma de combate às notícias fantasiosas que cada vez mais circulam pela Internet. Porque as *fake news* representam um fenómeno preocupante para muitas redacções dos jornais, rádios, televisões e webnotícias. Geralmente a propagação de certas notícias falsas constitui uma conduta ilegal ao abrigo das leis (como discurso de ódio, incitação à violência, terrorismo, difamação, abuso infantil, etc.) em muitos outros casos, as *fake news* podem ter efeitos prejudiciais para a sociedade.

No intuito de responder ao propósito central deste estudo, sobre as estratégias usadas pelos jornalistas e editores dos jornais moçambicanos

para promover o combate as *fake news*, foram realizadas entrevistas individuais através da rede social WhatsApp. Cada uma das respostas dadas expressa a percepção dos jornalistas e editores entrevistados sobre os procedimentos de depuração dos factos noticiosos nos órgãos de comunicação social em que trabalham.

Neste estudo, os entrevistados receberam uma pergunta factual “como é que o seu órgãos de comunicação faz a verificação da autenticidade das informações recolhidas ou tratadas pelos jornalistas, no combate às *fake news*?”

Nestas entrevistas, abordámos essa questão central de pesquisa analisando um conjunto de respostas dadas e estabelecendo duas categorias de análise de correlação: órgãos públicos e privados.

ÓRGÃOS PÚBLICOS

A Televisão de Moçambique, TVM, a Rádio Moçambique, RM, Agência de Informação de Moçambique, AIM, e o “Jornal Notícias” são órgãos do Estado ou com participação privada, cuja missão é a prestação de serviço público de informação sobre a actualidade nacional e internacional, apresentando uma programação mais identificada com os interesses e valores culturais dos moçambicanos.

Na TVM, o canal público de Moçambique com 30 anos de existência, ela trabalha maioritariamente com informação oficial do governo. Ela “não tem verificado nem questionado as fontes oficiais de informação e da sua proveniência, sobretudo quando se trata de informações governamentais ou de instituições públicas. Quanto às políticas internas e tarefas do editor ou do responsável pela pauta, não existe nenhuma linha orientadora que indica um modelo específico de verificação das *fake news*.” (David Bamo).

O cenário é idêntico na RM, a emissora pública que transmite em português, inglês e em 20 Línguas Moçambicanas. Para além da Rádio Cidade, RM Desporto e do Maputo Corridor Radio, que difunde

em língua inglesa, a RM tem um Emissor em cada uma das capitais provinciais.

Portanto, na questão de verificação da autenticidade das *fake news*, “raramente acontece o trabalho de verificação das notícias, pois confia-se na autonomia do repórter. É certo que as notícias passam do crivo do editor mas são raras as vezes que se verifica a sua autenticidade, até porque muitas delas são de iniciativa das fontes oficiais. Aliás as que não se conformam com o *status quo* (fontes oficiais) são liminarmente excluídas.”

“Há situações em que a notícia apresenta contradições, o chefe de redacção, o editor e até o director de informação tratam de contactar a fonte para o devido esclarecimento. Portanto, raramente acontece o trabalho de verificação das notícias, pois confia-se na autonomia do repórter. É certo que as notícias passam do crivo do editor, mas são raras as vezes que se verifica a sua autenticidade, até porque muitas delas são de iniciativa de fontes oficiais”.

“Há situações em que a notícia apresenta contradições, aí o chefe de redacção, o editor e até o director de informação tratam de contactar a fonte para “esclarecimento”.

Quanto à verificação das *fake news* nas redacções, “a RM confia na idoneidade dos seus repórteres, mas o editor tem a atenção de ouvir os extractos sonoros, não só para confirmar a autenticidade das notícias, como também para verificar a complementaridade com o texto. Em certos casos, dependendo da complexidade da matéria, pode recorrer a outros métodos de verificação dos factos, sendo um deles o cruzamento de fontes” (Adão Matimbe, Leia Chingubo e David Bamo).

Para grande parte das notícias que passam na rádio a relação entre o editor e a fonte é quase umbilical, quando se trata de informação de fórum político.

De entre os órgãos estatais de comunicação social, a AIM, o expoente de fidelidade e apropriação da informação do Estado, funciona com as fontes oficiais, nas quais tem confiança quanto a sua idoneidade. Em casos de suspeitas de algum documento ou informação, a agência

efectua uma ligação telefónica para a fonte origem da informação e através da ligação obtém-se o contraditório” (Chir Acácio).

O Jornal Notícias, órgão de capital privado e participado pelo Estado, gere três jornais, nomeadamente, Jornal Notícias, Jornal Domingo e Jornal desafio, cuja missão é de prestar serviços de comunicação e informação. Na sua política de combate às *fake news*, “parte do pressuposto de que toda a fonte da informação tem interesse, a verificação é a principal arma que os jornalistas do Jornal Notícias têm para se defenderem desses interesses, alguns dos quais “encapuzados” nas *fake News*. Ora, o que o editor faz é mesmo estimular o senso de verificação nos repórteres e editores, mas o certo é que o jornal confia no bom senso dos seus jornalistas e editores”.

Em termos metodológicos e “como estratégia de combate às *fake news*, os editores do Jornal Notícias contactam uma maior quantidade possível de fontes para verificar a informação, sobretudo quando se trata de assuntos cujas fontes não querem ser citadas, antes de confrontar as fontes oficiais.” (Júlio Manjate).

ÓRGÃOS PRIVADOS

Na categoria de empresas de capitais privados, os semanário Económico, Canal de Moçambique, Jonal Savana, Dossie & Factos, e Diário de Moçambique, jornal electrónico Carta de Moçambique, bem como os órgãos televisivos Miramar e STV, estes apresentam uma outra estratégia de combate às *fake news*, baseada na submissão ao mais amplo contraditório das referidas fontes oficiais de informação do Estado.

Na STV, Jornal O País e a rádio SFM, “os editores confiam na honestidade de informações trazidas pelos seus jornalistas. Se o jornalista colecta a informação, parte-se do princípio que ela é verdadeira. Com o editor, discute-se apenas questões técnicas como ela deve ser tratada e difundida” (Sérgio Bacar).

O Jornal Canal de Moçambique e Carta de Moçambique, por exemplo, “não têm exactamente uma “varinha mágica” para apurar as *fake news*. O que os deixa tranquilo é que sempre recolhem informações em fontes apropriadas, instituições e especialistas, antes de avançar para a publicação. O que lhes caracteriza é o jornalismo fortemente investigativo baseado no confronto de informação. Contrariamente, o Canal de Moçambique, quando tem uma notícia de interesse público, o seu editor faz uma busca da mesma em todos os órgãos “confiáveis. Verifica-se se são notícias confiáveis, se as citações são correctas e se há contraditório (Reginaldo Mangué).

Outro órgão que segue os mesmos critérios de verificação dos factos noticiosos é o semanário Económico, que é um órgão de especialidade no qual “os jornalistas não se esforçam em verificar as notícias, razão justificada pelo facto de trabalhar com estudos/relatórios/livros/inquéritos de reputadas instituições de pesquisa” (Elcídio Bila).

À semelhança dos outros semanários independentes, a verificação das *fake news* no jornal electrónico Carta de Moçambique, Dossiers & Factos e Jornal Savana é feita mediante o contraditório, em que os jornais “contactam especialistas entendidos na matéria para perceber a veracidade ou cientificidade de uma notícia. O jornal tenta ver nos outros órgãos de comunicação social se terão veiculado uma informação similar seja no mesmo período ou momentos anteriores. Entretanto, nem todos momentos têm sido possível seguir nesta linha, sobretudo em assuntos em que as fontes oficiais se fecham” (Abilio Maolela).

No Jornal Savana, “tudo parte da planificação que é feita. Cada jornalista fica com um tema por desenvolver, que antes é debatido o respectivo ângulo de abordagem. O contraditório e a confirmação da autenticidade dos assuntos pelas fontes são a base para evitar as *fake news*” (Arginaldo Nhampossa).

Quanto aos repórteres, “eles têm o dever de gravar as entrevista para efeitos de confirmação. Caso o assunto suscite dúvidas o editor solicita as gravações. Os repórteres novatos têm acompanhamento de

um colega experiente que sempre os obriga a apresentar os contactos dos entrevistados para que em caso de dúvidas haja clarificação”.

“Um dos princípios básicos seguido pelo Grupo Savana para o combate às *fake news* é o contraditório. Portanto, quando se está perante um facto noticioso, o jornalista (jornal) ouve todas as partes interessadas ou abrangidas pelo assunto. Ouvindo todas as partes já é possível verificar a veracidade do assunto trazida pela fonte primária” (Arginaldo Nhampossa).

Noutras situações, quando o editor do jornal está perante um facto, antes da publicação, procura pelas fontes oficiais ou amplia o ângulo de pesquisa sobre o assunto ou até vai ao terreno reverificar os factos.

“Contudo, há situações em que não se pode ir ao terreno ou ouvir fontes oficiais. O jornal sempre procura ouvir outras pessoas próximas da realidade contada. Aí, se houver proximidade da informação sobre o assunto, presume-se que está perante um facto real. Quando as fontes se contradizem desconfia-se da matéria e não se publica” (Raul Senda).

No jornal *Dossiers & Factos*, a verificação da autenticidade das notícias é baseada no princípio do contraditório. Portanto, quando se está perante uma matéria cuja veracidade é duvidosa, o editor do jornal ouve todas as partes interessadas ou abrangidas pelo assunto. Ouvindo todas as partes já é possível verificar a veracidade do assunto trazida pela fonte primária (Reginaldo Tchambule).

Para o caso dos diários, “os editores do Diário de Moçambique depositam confiança nos seus repórteres, mas quando se trata de assuntos sensíveis, antes de publicar, procura sempre confrontar a informação. A verificação da autenticidade das notícias é feita por três vias: primeira, pela base de confiança das fontes oficiais da informação; segunda, pela honestidade do jornalista que recolhe e trata a informação e por último, pelo processo de verificação através do contraditório” (Naércia Langa).

A Televisão Miramar investe mais tempo na pesquisa para apurar a veracidade de informações. “Para informações nacionais o trabalho é menos complexo, pois algumas fontes oficiais, pela amizade

e confiança desenvolvida, facilitam o trabalho, mas outras fecham-se. Paralelamente, as pesquisas no motor de busca google tem sido a base de verificação das *fake news*. Quanto às notícias internacionais, a verificação é feita com base naquilo que os outros órgãos de renome dizem respeito” (Jorge Matavel).

Em síntese, ficou claro nos resultados do estudo que as organizações noticiosas de natureza pública ou da responsabilidade do Estado não apresentam nenhum sistema de verificação de factos, dado que trabalham com as fontes “confiáveis” do Estado. Ainda ficou evidente que os editores confiam nas fontes oficiais de informação, com quem têm uma relação estreita de amizade e confiança.

Nos órgãos privados, o cenário apresenta-se idêntico nos aspectos relativos à forma de utilização do contraditório e à relação de confiança com as fontes oficiais do governo. O único diferencial é a profundidade dos factos e a diversidade de perspetivas sobre o mesmo assunto.

DISCUSSÃO E CONCLUSÃO

Fact-checking é o acto de verificar a veracidade das informações, se contêm algum exagero ou inverdades. Nas redacções tradicionais, um texto precisa ser revisado antes da publicação para garantir a veracidade dos factos e a precisão com a qual eles são descritos.

O tamanho da amostra desta pesquisa é suficiente para possibilitar alguns cruzamentos interessantes. Como exemplo, o facto dos órgãos de comunicação públicos que não fazem a verificação de factos provenientes das fontes governamentais e os órgãos de comunicação privados a fazem com muita profundidade. Duas perspetivas diferentes de decantação dos factos noticiosos, onde os órgãos de comunicação privados são cautelosos na apresentação de vários ângulos de abordagem sobre o mesmo assunto.

Em geral, os resultados obtidos no estudo das estratégias usadas pelos jornalistas e editores dos jornais públicos e privados, para combater as *fake news* nas redacções, tanto os jornais em formatos físicos como

os de edição electrónica, bem como as rádios e televisões, têm uma relação de proximidade e “amizade” com as fontes governamentais de informação, nas quais atribui uma confiança desmedida. Este facto deixa-os numa situação de maior vulnerabilidade para se tornarem fontes de disseminação de *fake news* de natureza política ou propaganda governamental, conforme o estudo de Kessler (2016), sobre os critérios modernos de verificação baseados no confronto entre os discursos e as evidências.

Particularmente, a RM, o Jornal Notícias, a TVM e AIM, trabalham com a tese de confiança na autenticidade das fontes de informação governamentais e naquilo que eles divulgam. Todavia, as informações não passam pelo crivo de verificação mais cautelosa nem do questionamento.

Em consequência disto, as rotinas de trabalho dos jornalistas e editores fazem com que os discursos e a documentação oficial do governo se reproduza entre eles, naquilo que Ramonet (1999) designa de discursos miméticos e, simultaneamente, viral nos outros veículos de comunicação, sem nenhuma apuração apropriada.

Nota-se claramente nos órgãos públicos, embora o Jornal Notícias não seja puramente público, o seu papel passivo apontado como características comuns em todos eles. A sua função mediadora é vista como nula no fluxo vertical da informação. E isso deve-se não só à omissão no plano da contextualização das notícias, mas também à falta do verdadeiro contraditório antes e depois da pauta.

Outro aspecto fundamental de verificação de autenticidade de notícias nos órgãos privados, quase que o denominador comum, são as subjectividades e imprecisões dos contraditórios. Para uns, o contraditório consiste em confirmar a veracidade do depoimento colectado pelo repórter ou da documentação e para outros é o confronto com outras fontes independentes. Na verdade, os contraditórios no jornalismo e ciências de informação, na perspectiva de Graves & Amazeen (2019) e Přenosil (2017) visam eliminar as informações imprecisas para aprimorar a qualidade das notícias. Sendo os jornalistas confrontados com inúmeras informações falíveis

e verdadeiras, frequentemente em situações em que são forçados a basearem-se nas ideologias de quem as fornece, o contraditório busca trazer as evidências racionais para reconstruir os factos sociais.

Em conclusão, o jornalismo está em processo de mudança que está a alterar o seu papel social, mediador e no contrato social firmado com audiência. Além disso, o jornalismo corre o risco de perder os seus créditos de mediador na esfera pública mediatizada, caso não se empenhe no combate às *Fake News* com um compromisso de agenda bem claro, de modo a oferecer à audiência a qualidade de informação exigida.

No combate às chamadas *fake news*, o papel fundamental do jornalista e do editor é a apuração dos factos noticiosos, acima de qualquer pressa de publicar a notícia e, sobretudo, não se deixar levar por informações do senso comum, mas pesquisando documentos, trazer dados e confrontar as informações.

É importante salientar, no entanto, que os órgãos de comunicação social públicos, a quem se exigem maior responsabilidade social, depositam demasiada confiança nos repórteres e nas fontes por eles classificadas “confiáveis” como, por exemplo, pessoas, documentos e instituições que preservam algum poder de Estado.

É um facto que as fontes “confiáveis” de informação oferecem segurança e facilitam a produção de textos jornalísticos, no entanto, há o perigo da dependência e vício rotineiro. O perigo da dependência ainda é maior, sobretudo quando o jornalista estabelece uma relação solidificada com a fonte de informação e esquece o seu compromisso de objectividade com o público. Nestas situações, a fonte de informação passa a influenciar e a condicionar as matérias de publicação.

A partir das obsevações acima apontadas alcançaram-se duas conclusões a partir do propósito inicial deste artigo, quanto ao apuramento e procedimentos dos media Moçambicanos na verificação das *fake news* nas suas redacções: a utilização do modelo clássico de verificação de factos noticiosos e a excessiva confiança nos jornalistas e nas suas “fontes confiáveis”.

Os dois cenários acima descritos colocam um desafio aos media de compor uma matriz comum de verificação das *fake news*, com o propósito de conferir qualidade aos produtos noticiosos para a era dos media digital.

No entanto, nessa luta contra as *fake news*, além de jornalistas e editores de jornais, é necessário engajar o Estado, sociedade civil e o cidadão, na elaboração de um marco regulatório, um quadro regulatório específico para o combate às *fake news* que ainda não foi pensado no contexto Moçambicano.

A maior responsabilidade de combate às *fake news* deve começar com as entidades de educação, que devem compartilhar incorporando nos curricula do ensino a disciplina de literacia informacional, de forma a educar as futuras audiências a lerem os conteúdos disseminados nos media e redes sociais com uma visão crítica. E é nesse aspecto que a democracia da informação ganha a sua áuria quando o cidadão complementa o esforço de combate às *fake news*.

Em consequência da falta de literacia informacional do cidadão/ leitor, ele próprio continuará a ser o propagador e vítima das *fake news*. Nisto, as desinformações serão difíceis de corrigir, sobretudo quando aparecem em forma de mitos ou associadas às crenças pessoais, o que as reforça por meio da repetição e aumentando ainda mais a poluição no ecossistema de informação.

Devido à facilidade com que informações podem ser criadas e partilhadas nas redes sociais, é fundamental que os leitores e os repórteres tenham um elevado espírito de senso crítico, quando se confronta com qualquer tipo de notícia ou fonte de informação. Para ambos, a maneira mais efectiva de diminuir os impactos das *fake news* é através da verificação da autenticidade de informação para resgatar e reforçar a credibilidade dos jornais junto da audiência.

BIBLIOGRAFIA

- APS, (2019), Fake News Can Lead to False Memories. Recuperado em <https://www.psychologicalscience.org/news/releases/fake-news-can-lead-to-false-memories.html>
- BRUNS, A. (2008), *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage (Digital Formations)*, Australia: Ed. Peter Lang Inc.
- BURRELL, I. (2019), “Macedonian town oils wheels of fake news machine before US polls”, in: <https://www.thenational.ae/world/macedonian-town-oils-wheels-of-fake-news-> Os *boots* são ferramentas algorítmicas que conquistam as suas vítimas ou potenciais clientes através de conteúdo gerados automaticamente [machine-before-us-polls-1.955423](https://www.thenational.ae/world/macedonian-town-oils-wheels-of-fake-news-1.955423).
- CAMARGO, R (2018), “Indicadores de Qualidade: garanta o controle de qualidade da sua empresa”, in: <https://www.treasy.com.br/blog/indicadores-de-qualidade/>
- CHRISTOFOLETTI, R. (2010), “Indicadores da Qualidade do Jornalismo: políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros”, *SÉRIE Debates CIN.º3*, Brasil, in: KESSLER, G. (2016), *The Fact Checker’s guide for detecting fake news*, in: <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2016/11/22/the-fact-checkers-guide-for-detecting-fake-news/>
- GOPNIK, A. (2020), “Detecting Fake News Takes Time”, *The Wall Street Journal*, in: <https://www.wsj.com/articles/detecting-fake-news-takes-time-11582212682>
- GRAVES, L. & AMAZEEN, M. (2019), “Fact-Checking as Idea and Practice in Journalism”, *Oxford Research Encyclopedia*, DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.808
- GUERRA, J. & BARRETO, N. (2013), “Qualidade em Jornalismo: metodologia para avaliação do re-quisito relevância”, in: SBPJ – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, *11.º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, Brasília: Universidade de Brasília
- GUERRA, J. (2019), “Ranking Q-Avalia da qualidade jornalística Brasil-Portugal 2018: uma avaliação experimental”, in: *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 17 N.º 1

- KONNIKOVA, M. (2017), *The Confidence Game. Why We Fall for It . . . Every Time*. Edinburgh: Canongate books ltd
- MANTZARLIS, A. (2016), “There’s been an explosion of international fact-checkers, but they face big challenges”, in: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/theres-been-an-explosion-of-international-fact-checkers-but-they-face-big-challenges/>
- NDLOVU, L. (2018), “Fact-checking ao redor do mundo: ZimFact do Zimbábue”, in: <https://ijnet.org/pt-br/story/fact-checking-ao-redor-do-mundo-zimfact-do-zimb%C3%A1bue>
- NEWMAN, E.J., GARRY, M., BERNSTEIN, D.M. et alii (2012), “Nonprobative photographs (or words) inflate truthiness”, *Psychon Bull Rev* 19, pp. 969–974, in: <https://doi.org/10.3758/s13423-012-0292-0>
- NSC (2018), “Conheça e entenda a importância do fact-checking”, in: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/conheca-e-entenda-a-importancia-do-fact-checking>
- PAIM, I.; NEHMY, Q. & GUIMARARÃES, G. (1996), “Problematização do conceito “Qualidade” da Informação”. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v.1, n.1, pp. 111-119.
- PINTO, P. (2018), *Fake news e social media em Portugal: conceitos, realidades e hipóteses*, Dissertação do Mestrado em Sociologia, Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- PINTO, M. & MARINHO, S. (2003), “A qualidade em jornalismo: problematização e operacionalização”, Comunicação apresentada no *I Congresso Luso-Brasileiro de Estudos Jornalísticos e II Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos*, Porto: Universidade Fernando Pessoa, 10-11 de Abril de 2003.
- PŘENOSIL, A. (2017), “Contradictory Information as a Basis for Rational Belief”, Conference Paper, *Conference: International Workshop on Logic, Rationality and Interaction*, DOI: 10.1007/978-3-662-55665-8_11
- RAMONET, I. (1999), *A TIRANIA DA COMUNICAÇÃO*, Petrópolis: Ed. Vozes
- ROBSON, D. (2020), “Why smart people believe coronavirus myths”, in: *BBC Future*, in: <https://www.bbc.com/future/article/20200406-why-smart-people-believe-coronavirus-myths>

- SCHWARZ, N., NEWMAN, E., & LEACH, W. (2016), “Making the truth stick & the myths fade: Lessons from cognitive psychology”, *Behavioral Science & Policy* 2(1), pp. 85-95. doi:10.1353/bsp.2016.0009.
- STENCEL, M & LUTHER, J. (2019), *Reporters’ Lab fact-checking tally tops 200*, in: <https://reporterslab.org/reporters-lab-fact-checking-tally-tops-200/>
- STEARNS, J. (2016), “Why do people share rumors and misinformation in breaking news?”, *First Draft*, in: <https://firstdraftnews.org/latest/people-share-misinformation-rumors-online-breaking-news-events/>
- TARDÁGUILA, C, STENCEL, M, E LUTHER, J. (2019), “There are 210 active fact-checkers in 68 countries, says the Duke Reporters’ Lab.”, in: <https://www.poynter.org/fact-checking/2019/there-are-210-active-fact-checkers-in-68-countries-says-the-duke-reporters-lab/>
- VOSOUGHI, S. et alii (2018), “The spread of true and false news online”, *Science*, Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151, DOI: 10.1126/science.aap9559
- UNESCO (2019), *Jornalismo, Fake News & Desinformação*, Brasil
- WARDLE, C. (2017), “Fake news. It’s complicated”, *First Draft*, in: <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>