

Um problema da atualidade- Desinformação

 *Juliana Pereira*

2201317@iscap.ipp.pt

<https://orcid.org/0009-0001-1536-8444>

ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

P. PORTO
ISCAP

Revista Técnica de
Tendências em
Comunicação
Empresarial

Resumo

Atualmente somos uma sociedade que tenta estar sempre informada, estamos constantemente a ser bombardeados com informação, desde modo temos de saber filtrar a informação que nos chega. É essencial perceber quando estamos a ler informações reais e quando estamos perante notícias falsas, as chamadas *fake news*. Deste modo, saber comunicar é um elemento essencial no nosso quotidiano, tanto a nível pessoal como a nível profissional. A internet é a revolução realizada no mundo da tecnologia, tanto nos é muito útil, como rapidamente se pode tornar prejudicial, se não soubermos analisar as informações que podemos obter através da mesma.

Palavras-chave: comunicação, internet, desinformação, *fake news*

Abstract

Currently we are a society that tries to be always informed, we are constantly being bombarded with information, so we must know how to filter the information that comes to us. It is essential to understand when we are reading real information and when we are facing fake news. In this way, knowing how to communicate is an essential element in our daily lives, both personally and professionally. The internet is the revolution carried out in the world of technology, both it is very useful to us, and it can quickly become harmful if we do not know how to analyze the information that we can obtain through it.

Keywords: communication, internet, disinformation, fake news

O impacto da Internet na sociedade

A Internet é a Revolução realizada no mundo da tecnologia.

Seguindo esta concepção, podemos mencionar que a Internet é uma ferramenta que todos nós utilizamos diariamente. Todavia, questiono-me: “será que sabemos realmente o que é?”. Na minha ótica, considero que é uma rede vasta que estabelece uma conexão entre os inúmeros computadores. Por outras palavras, é um espaço virtual que permite partilhar as mais diversas informações.

A época digital que vivenciamos modificou drasticamente a nossa forma de comunicar. Ao longo das décadas, a comunicação desenvolveu um papel crucial na evolução e possibilitou o desenvolvimento humano de diferentes formas, nomeadamente, gestos, desenhos, códigos, linguagem escrita e verbal, entre outras.

Seguindo este raciocínio importa realçar as concepções de Flusser (2012), uma vez que este autor define o período temporal do passado até à atualidade da era digital em três fases, nomeadamente, a pré-história, a história e o pós-história. O mundo pré-histórico era retratado através de pinturas rupestres, desenhos e figuras pictóricas era marcada pela imaginação e pelos mitos. A história é definida pelo surgimento da escrita, da evolução do Homem, mais concretamente, no que diz respeito à racionalidade e à instrução. Por último, a pós-história emerge quando o desenvolvimento tecnológico possibilita a criação de imagens técnicas, originárias a partir do aparecimento da máquina fotográfica e, posteriormente, de todas as tecnologias de informação e de comunicação.

Pode-se dizer que as inovações que surgiram ao longo da história da humanidade são extensões do Ser Humano que transformam consequentemente a sociedade. A invenção do abecedário e do computador marcam épocas históricas distintas, porém ambas marcaram o desenvolvimento da sociedade (McLuhan, 1969). Outra inovação que importa evidenciar é a máquina fotográfica, pois permitiu a gravação e a projeção cinematográfica, proporcionou novas formas de comunicação e um colossal desenvolvimento social e cultural (Schlobinski, 2012).

O processo de globalização emergiu do desenvolvimento de novas formas de comunicação tecnológica, o que modificou drasticamente a maneira como os indivíduos criam e mentêm as suas relações culturais e sociais. Assim sendo, ao longo dos anos a comunicação digital tornou-se indispensável na vida das pessoas (Seargeant & Tagg, 2014). Por outras palavras, podemos afirmar que o mundo atual está interligado por redes (Ijuim, J. K., & Tellaroli, 2007).

Desinformação: um problema da atualidade

Atualmente, qualquer indivíduo para além de ter acesso a conteúdos informativos também pode ser o criador dos mesmos. Deste modo, existe um excesso de informação, o que por sua vez origina uma grande desinformação contemporânea.

Muitas das notícias partilhadas são consideradas *fake news*, ou seja, “notícias falsas”, dado que não possuem qualquer tipo de veracidade. Este tipo de notícia, alicerça-se na participação dos cidadãos que partilham os conteúdos sem assegurar a sua autenticidade e, no limite sem os ter lido atentamente. Desta forma, estamos perante um fenómeno de desinformação participativa, onde a mentira não é produzida e destinada apenas por um emissor, mas também pela propagação de várias pessoas anónimas. Assim sendo, torna-se crucial saber contrariar este fenómeno, devemos adquirir uma postura crítica face aos conteúdos com que nos deparamos dentro da

Internet. É igualmente essencial prestar atenção à autoria, à data da publicação, bem como às fontes. Para além disso, devemos também tentar perceber a motivação da partilha da informação.

A desinformação participativa leva-nos a repensar a forma como olhamos para o fenómeno da comunicação. Torna-se crucial construir uma sociedade em que os cidadãos estejam mais bem preparados para distinguir o que é real e o que é falso.

Deste modo, pode-se concluir que a internet e as novas tecnologias proporcionaram tanto oportunidades e descobertas enriquecedoras, para a comunidade e cidadãos, como também ameaças e consequências negativas que podem ser perigosas se não houver consciência na sua utilização (Spizzirri, et al., 2017).

Segundo o Diário de Notícias, alguns passos para distinguir informações reais de *fake news*:

1. “Isto é verdadeiro ou é falso” - a falsidade deixa rasto, podemos facilmente encontrar informação contraditória e impossível de acontecer.
2. “Nunca ouvi falar deste site ou da pessoa que publica esta história” - se o perfil que divulgou a notícia não for conhecido, se a fotografia parecer falsa, ou se até mesmo o nome do *site* que partilhou não pertencer a nenhum órgão de informação, desconfie.
3. “Nenhum jornal deu esta notícia assim” - a história da notícia pode até parecer plausível, na verdade pode até ser um assunto real, mas nos detalhes pode estar a desinformação. Se o título ou o desenvolvimento da própria notícia acrescentar alguma informação que não está presente nas outras notícias, compare as versões antes de acreditar em novas informações, confirme primeiro num meio de comunicação social.
4. “O endereço (URL) e o formato da notícia são estranhos” - esta é, muitas vezes, a principal evidência de que a notícia é falsa. Os *sites* de informação registados em Portugal terminam em .pt, e muitos dos sites de desinformação em Portugal estão registados noutros países.
5. “Há tantos erros na escrita, parece tradução automática” - em alguns casos a desinformação usa aplicações online para traduzir textos. Geralmente essa tradução é feita para português do Brasil. Deste modo, é fácil de detetar a informação falsa.
6. “Não há citações de nenhuma pessoa” - se alguém é acusado numa história, os meios de comunicação social são obrigados a ouvir a sua versão dos factos, e acrescentar no contexto da notícia. Nas *fake news*, as acusações surgem descontextualizadas.
7. “A notícia está anunciada de forma estranha: 'Clica aqui e vais ver uma coisa extraordinária!'.” - este método anuncia, à partida, que não estamos perante uma notícia, mas uma tentativa de as pessoas acederem a um site
8. “As imagens parecem fabricadas” - a manipulação de imagens é um dos mecanismos mais frequente nas *fake news*. Pode ser difícil de detetar, mas há vários métodos *online* para nos assegurar se uma foto é verdadeira ou falsa.
9. “Vou ou não partilhar esta história?” - esta é a segunda pergunta que devemos fazer e é a mais importante, dado que a desinformação é um processo. Deste modo, se aprendermos a ler a informação a que somos diariamente expostos, seremos mais capazes de filtrar e escolher e divulgar a informação correta.

A importância da comunicação

No que diz respeito à comunicação importa referir que, a transmissão de informação deve ser objetiva e clara. Pois, a comunicação é essencial tanto a nível pessoal como profissional. As mensagens verbais e não verbais que transmitimos podem ser interpretadas de inúmeras formas, assim sendo, devemos estabelecer diálogos assertivos, sem ambiguidades. Esta maneira de comunicar pode proporcionar diferentes benefícios, dado que a curto e longo prazo melhora todos os nossos relacionamentos interpessoais.

Podemos afirmar que, existem algumas bases quando procuramos estabelecer uma comunicação eficaz com as pessoas que nos circundam, tais como, praticar a escuta ativa, ter cuidado com a comunicação não-verbal, colocar objetividade no discurso, controlar a ansiedade perante determinadas situações, possuir inteligência emocional, entre outras.

Neste sentido, torna-se primordial abordar a comunicação em contexto organizacional, uma vez que a sua eficiência é o que possibilita as empresas de sobreviver e prosperar no mercado competitivo atual. Por outras palavras, quando a comunicação é executada corretamente isso permite aos colaboradores cumprirem melhor as suas tarefas e sentirem que são uma parte importante no processo.

No processo comunicacional é fundamental que o contexto esteja em concordância com a mensagem, isto é, o tom de voz, a postura e as emoções. Sintetizando, a comunicação empresarial deve ser conduzida por “um centro de coordenação responsável pelo conjunto de conteúdos e instrumentos de comunicação, os quais podem envolver, designadamente: normas, métodos, processos, programas, planos, projetos, que são veiculados através de canais e fluxos que envolvem níveis da estrutura hierárquica” (Rego, 1986 cit in Devesas, 2016: 22). Podemos então salientar que, o conteúdo e a maneira como a comunicação circula denota claramente a cultura e para além disso, dá forma à identidade organizacional.

Desinformação na pandemia Covid-19

As *fake news* a nível global têm um impacto profundo que inclui consequências políticas, económicas, sociais e ambientais. Com o surgimento da pandemia Covid-19, houve também um aumento dos impactos negativos a nível da saúde pública. Podemos então afirmar que a desinformação foi acentuada com a pandemia.

Durante uma crise de saúde a preocupação e ansiedade são naturais, não foi diferente durante o tempo de pandemia. As pessoas queriam respostas e mais informações sobre o vírus, isto levou a um aumento de informação no que diz respeito à covid-19. No entanto maioria das notícias e informações com que eram bombardeados diariamente não eram reais, nem tinham qualquer tipo de veracidade. A população não perdia, por vezes, tempo a analisar a sua veracidade, absorviam *fake news*, partilhavam as mesmas, o que levou a um aumento de desinformação muito grande. Replicar estas mensagens falsas e alarmistas só tinham um efeito, nomeadamente criar o pânico e alimentar o medo. Este tipo de desinformação começou a gerar mais problemas como a escassez de alimentos nos supermercados e falta de álcool nas farmácias, pois algumas notícias afirmavam que iam fechar os supermercados, então as pessoas compravam em quantidades ridículas.

Com isto, importa reforçar a ideia de que é essencial analisar bem a informação que nos chega e a que pesquisamos para não estarmos a “consumir” informações falsas e

a expandi-las, principalmente em épocas como a pandemia, é essencial manter a calma e saber obter as informações reais.

Considerações finais

Ao longo dos anos o mundo passou por inúmeras transformações, tanto ao nível cultural como social. As tecnologias de informação e de comunicação emergiram e espalharam-se, efetuando sempre uma adaptação às necessidades e aos valores intrínsecos na sociedade (Castells & Cardoso, 2006). Sintetizando, a comunicação digital tornou-se uma rede universal.

A globalização surge do desenvolvimento de novas formas de comunicação tecnológica, tornando-se algo indispensável na vida humana. Isto é, a Internet tornou-se parte do dia a dia do ser humano, cerca de 95% de toda a informação existente no Planeta é digital, onde qualquer pessoa pode aceder facilmente (Hilbert & López, 2011).

Na atualidade, o espaço virtual tornou-se uma ferramenta indispensável no nosso quotidiano. Hoje, a partir de um clique temos acesso às notícias de todo o mundo, em tempo real. Antigamente, esta acessibilidade imediata não era possível, dado que para estarmos informados dos acontecimentos tínhamos de comprar o Jornal, e mesmo assim, muitas dessas notícias tinham ocorrido no dia anterior. Todavia, tal como abordado anteriormente, a desinformação, nomeadamente as *fake news* tornam-se uma ameaça. Por isso, é crucial filtrar as leituras realizadas, dado que qualquer cidadão pode reproduzir notícias, o que muitas das vezes possibilita a criação de mentiras perante a realidade.

Com isto, torna-se indispensável analisar as informações que lemos e a sua veracidade. É essencial saber se estamos perante *fake news* antes de divulgarmos alguma notícia porque facilmente se espalha uma notícia falsa. Segundo um estudo sobre a disseminação de notícias falsas na internet, realizado por cientistas do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) dos Estados Unidos, concluíram que se espalha 70% mais rápido as notícias falsas, alcançam um maior número de pessoas do que as notícias verdadeiras.

Referências

Rego, 1986 *cit in* Devesas, 2016: 22

https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/17915/1/Laura%20Devesa_140327005%20Ci%C3%A7ncias%20Empresariais.pdf

Flusser, V. (2012). O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade. Imprensa da Universidade de Coimbra/Coimbra University Press.

McLuhan, Marshall, (1969), A entrevista à Playboy: Marshall McLuhan (1911- 1980), Playboy Magazine

Schlobinski, P., (2012), «Linguagem e comunicação na era digital», Pandaemonium Germanicum, 15(19), pp. 137-153.

Sergeant, P., & Tagg, C., (2014), The language of social media: Identity and community on the internet, s.l. Springer.

Ijuim, J. K., & Tellaroli, T. M., (2007), «Comunicação no mundo globalizado– Tendências no século XXI», C-Legenda-Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual, (20), pp.1-15.

Spizzirri, R. C. P., Wagner, A., Mosmann, C. P., & Armani, A. B., (2017), «Adolescência conectada: mapeando o uso da internet em jovens internautas» Psicologia Argumento, 30(69), pp.327-335.

[recomendacoes_fakenews_materiais_para_psicologos.pdf](#)
[\(ordemdospsicologos.pt\)](#)