

Telejornalismo em crise: desafios de credibilidade na era da informação manipulada

Bruna Moreira

2221350@iscap.ipp.pt

<https://orcid.org/0009-0001-4072-3081>

ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

Resumo

O telejornalismo está a passar por uma transformação enorme marcada pela velocidade com que as informações circulam, pelo excesso de conteúdos e pela grande propagação de desinformação, fatores estes que fragilizam a confiança do público e desafiam a confiabilidade dos media tradicionais. A influência das redes sociais, associada aos conteúdos que se espalham muito rapidamente e às opiniões cada vez mais divididas, altera a forma como o público consome e acredita na informação que lhe é fornecida, o que reduz a autoridade do telejornalismo. Neste contexto, o telejornalismo vê-se obrigado a equilibrar rapidez e rigor, tendo de reforçar a verificação e a contextualização das notícias para recuperar a confiança do público. Por esse mesmo motivo é necessário compreender estes desafios para perceber o papel do telejornalismo como serviço público.

Palavras-chave: Telejornalismo, Desinformação, Credibilidade, Redes Sociais, Pós-verdade, Manipulação.

Abstract

Television journalism is undergoing a massive transformation, characterised by the speed at which information circulates, the glut of content and the widespread circulation of misinformation – factors that undermine public trust and challenge the credibility of traditional media. The influence of social media, combined with content that spreads very quickly and increasingly divided public opinion, is changing the way the public consumes and believes the information provided to them, thereby undermining the authority of television journalism. In this context, television journalism is forced to balance speed and accuracy, having to strengthen the verification and contextualisation of news stories to regain public trust. For this very reason, it is necessary to understand these challenges to grasp the role of television journalism as a public service.

Keywords: Television Journalism, Misinformation, Credibility, social media, Post-truth, Manipulation

Introdução

Telejornalismo na era Digital

O telejornalismo, ao longo dos anos, ocupou um lugar muito importante para o público funcionando como fonte principal de informação entre os acontecimentos públicos e as pessoas. Era através dos telejornais que a maioria das pessoas se atualizava sobre o que acontecia no país e no mundo, e essa relação era marcada por uma certa estabilidade e também confiança. Contudo, no contexto atual, vivemos em transição para um ambiente digital, assinalada pela rapidez com que as notícias correm, pelo excesso de informação falsa e pelo crescimento de conteúdos, maioritariamente manipulados, o que tem posto em causa a veracidade do formato digital. Esta mudança foi ficando cada vez mais forte à medida que as redes sociais começaram a ocupar um espaço central no dia a dia das pessoas, alterando a forma como a informação é produzida e consumida.

A confiança, que era um dos alicerces da relação entre os profissionais da comunicação e o público, está hoje fragilizada por fenómenos como a desinformação, a manipulação algorítmica e o aumento de histórias divididas que competem diretamente com o jornalismo profissional. Qualquer pessoa pode publicar conteúdos que parecem verdadeiros, e muitas vezes esses conteúdos circulam mais depressa do que as notícias verificadas, o que vai criando um ambiente onde o público se vai sentindo constantemente exposto a versões diferentes dos mesmos acontecimentos.

A ausência de confiança do jornalismo televisivo não acontece só por causa da tecnologia, mas sim pela forma como as pessoas consomem as notícias, interpretam o jornalismo e legitimam aquilo que consideram ser as suas verdades. Atualmente, a informação circula de forma tão rápida que o próprio valor do jornalismo profissional já não tem o mesmo peso que antigamente. Como refere Pires (2023), “vivemos numa época em que o acesso à informação nunca foi tão fácil e rápido”, mas essa facilidade abriu também portas mais obscuras onde a desinformação se espalha sem controlo.” Isto mostra que o problema não é a quantidade de informação, mas a forma como ela é apresentada e recebida pelas pessoas.

Como refere o Centro Nacional de Cibersegurança (2020a), muitas pessoas têm dificuldade em distinguir notícias verdadeiras de conteúdos manipulados, e na maioria das vezes deixam-se levar pelo emocional da própria notícia, mesmo que esta seja falsa. A desinformação funciona precisamente assim, porque se aproveita das emoções das pessoas, o que torna o trabalho dos jornalistas ainda mais desafiante, porque não basta informar.

A crise de credibilidade no telejornalismo

O telejornalismo sempre foi considerado uma fonte fidedigna, durante anos os telejornais foram vistos como um espaço de confiança e autoridade informativa. Contudo, esta relação tem-se degradado devido ao crescimento das plataformas digitais que alteraram a visão de como o público interpreta e valida a informação que nem sempre é baseada em factos reais.

No contexto em que vivemos a confiança no jornalismo tradicional está muito fragilizada. Segundo (Vieira, 2024), “a disseminação rápida de informações falsas, manipuladas e enganosas tornou-se parte da comunicação da atualidade”, criando um ambiente onde o público tem dificuldade em distinguir fontes credíveis de conteúdos virais.

A falta de credibilidade é também alimentada pela perceção de que os media tradicionais nos dias de hoje são muito lentos, muito vagos, distantes e pouco transparentes. Pinho (2024) refere que os meios de comunicação enfrentam hoje “uma corrida desenfreada para ser o primeiro”, o que compromete o rigor e abre espaço para erros e correções tardias

formando interpretações precipitadas do público e muitas vezes não é factual, mas sim a verdade de cada um.

Para além disso, as redes sociais contribuem imenso para esta crise, pois a velocidade das histórias nestes meios, a personalização do algoritmo e o apelo emocional fazem com que os utilizadores passem a confiar mais no que veem no próprio *feed* do que no que é transmitido pelas televisões.

Posto isto, a crise de credibilidade do telejornalismo não é só influenciada pela evolução da tecnologia, como já referido, mas também por uma transformação na relação entre o público e a própria informação. Esta mudança abre caminhos para a desinformação e para a manipulação digital, que serão analisados no ponto seguinte.

A influência dos algoritmos na perceção da informação

Os algoritmos das plataformas digitais influenciam muito a forma como o público recebe e interpreta a informação. Como explica o vídeo da RTP, “os algoritmos criam bolhas de informação que limitam o contacto com outras perspetivas” (RTP Ensina, 2021), fazendo com que cada utilizador veja conteúdos que confirmam aquilo em que já acreditam. Esta personalização cria realidades de informação diferentes afetando a perceção da verdade.

Um artigo académico reforça esta ideia ao mostrar que os algoritmos organizam os utilizadores por gavetas, ou seja, “em suas próprias câmaras de eco ou bolhas” (Hashiguti & Costa, 2024) o que aumenta a divisão e dificulta o acesso à informação diversificada, porque o que o algoritmo faz é manter cada utilizador naquilo de que gosta ou vê diariamente. Para além de que, estes sistemas não são neutros, “incorporam [...] os valores e preconceitos inconscientes de quem os programa” (Hashiguti & Costa, 2024, p. 4), o que pode certamente aumentar conteúdos que apelam ao medo ou à indignação. Como referem as autoras, publicações que promovem “a discórdia, o medo e o discurso de ódio engajam pela indignação moral tornando-se muito rapidamente virais” (Hashiguti & Costa, 2024, p. 9).

A informação que circula nas redes sociais aparece muitas vezes de forma encurtada e descontextualizada, e isso funciona como “um fragmento isolado” (Hashiguti & Costa, 2024), o que na maioria das vezes dificulta a compreensão dos factos, porque dá asas a que as pessoas interpretem as informações da maneira que lhes apetece. Sendo assim, os algoritmos são muito perigosos, pois moldam a sociedade e influenciam a confiança no telejornalismo, pois as pessoas preferem ver notícias que são do seu interesse e de acesso rápido.

A desinformação e manipulação na era digital

A era digital criou um ambiente onde a desinformação circula com rapidez e tem um alcance sem precedentes. As redes sociais, ao não conterem filtros editoriais, priorizam conteúdos altamente apelativos ao público e tornam-se terreno fértil para que se espalhem notícias tendenciosas e falsas. De acordo com Delmazo e Valente (2018), o que destaca o contexto atual não é a existência de notícias falsas, mas sim “o potencial de circulação” que as mesmas têm no ambiente online, onde são espalhadas de forma rápida e sem controlo nenhum, e uma vez que entram nunca mais as conseguem tirar.

Existe também um tópico importante a referir, os algoritmos que privilegiam conteúdos que geram os “famosos” cliques, as emoções fortes e elevado potencial de partilha independentemente de serem fiáveis ou não, o que importa é o seu alcance. O *Digital New Report* indica que “a ausência de regras e algoritmos estão encorajando a disseminação rápida de conteúdos de baixa qualidade e *fake news*” (Newman et al., 2017, como citado em Delmazo & Valente, 2018). Para além de que, muitos dos utilizadores partilham conteúdos

sem sequer se dar ao trabalho de os ler. Segundo Dewey (2016, como citado em Delmazo e Valente, (2018), “59% dos links partilhados nas redes sociais não chegam a ser clicados”, o que mostra como a desinformação pode circular apenas pela força do título ou da imagem.

A manipulação digital também se torna mais grave quando temos imagens adulteradas, vídeos manipulados e conteúdos fabricados apenas para gerar lucro, como os conteúdos produzidos, por exemplo, durante as eleições americanas de 2016. Estas imagens demonstram a capacidade estratégica da desinformação para influenciarem as perceções e comportamentos do público e, como refere (Vieira, 2024), a circulação de conteúdos falsos e manipulados “tornou-se parte da comunicação da atualidade”.

A dimensão emocional desempenha igualmente um papel importante. McIntyre, (2018, como citado por Carvalho, 2023), explica que “os factos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção”, o que torna o ambiente digital vulnerável à manipulação.

Posto isto, a desinformação e a manipulação digital já não são apenas casos isolados, fazem parte do nosso dia a dia. A sua presença constante torna cada vez mais difícil para o público distinguir o que é verdadeiro do que é falso.

Ao mesmo tempo, coloca uma pressão enorme no jornalismo, que precisa de competir com conteúdos tendenciosos e virais, e muitas vezes mais apelativos do ponto de vista emocional, mas a maior parte das vezes pouco fiáveis.

O papel do telejornalismo no combate à desinformação

O jornalismo televisivo assume um papel importante na defesa da informação verídica. Para além de informar, os telejornais têm a responsabilidade de contrariar a velocidade e a superficialidade que existem no ambiente das redes sociais, oferecendo ao público uma leitura mais completa e contextualizada dos acontecimentos, em tempo real. Esta função torna-se ainda mais importante quando percebemos que muitos utilizadores consomem notícias de forma fragmentada, apenas através de títulos ou pequenos vídeos que nem sempre são a realidade absoluta.

A UNESCO reforça que a desinformação é “particularmente perigosa” (Ireton e Posetti, 2019, p. 7), porque é cada vez mais gerada e ampliada pelas redes sociais. O problema não é apenas a existência de conteúdos falsos, mas a forma como eles são produzidos e distribuídos muito rapidamente pelas pessoas, e muitas vezes com o objetivo de manipular opiniões e influenciar os comportamentos do público. É precisamente aqui que o jornalismo televisivo se destaca, porque segue processos rigorosos e éticos que impedem que informações falsas sejam apresentadas como verdade. Em Portugal, um exemplo disso é o SIC Verifica, emitido no Jornal da Noite, da SIC, que se dedica a analisar afirmações públicas, conteúdos virais e mensagens que circulam nas redes sociais. Através de processos de *fact-checking*, esta iniciativa contribui para desmistificar informações falsas e reforçar a confiança do público, pois mostra às pessoas o que é verdadeiro e o que não é.

A diferença entre jornalismo profissional e desinformação é muito importante. O manual da UNESCO explica que a desinformação e a informação errada “são diferentes do jornalismo de qualidade, que cumpre com a ética e normas profissionais” (Ireton e Posetti, 2019, p. 8).

Como explica o Centro Nacional de Cibersegurança (2020b), a desinformação é criada para manipular emoções e tornar o público mais vulnerável a conteúdos manipulados e falsos. O telejornalismo, ao seguir critérios editoriais rigorosos, ajuda a distinguir factos de opiniões e a contrariar estas narrativas. Além disso, ao apresentar fontes identificadas, especialistas e dados verificados, os telejornais oferecem ao público ferramentas para interpretar melhor a

realidade e não se deixarem influenciar por conteúdos que circulam sem qualquer controlo e sem estudo de profissionais da comunicação.

Sendo assim, o telejornal mantém um papel muito relevante porque oferece informação trabalhada, transparente e capaz de contrariar muitos dos conteúdos que são manipulados. Num ambiente mediático, cada vez mais confuso e repartido, as fontes tradicionais continuam a ser um dos poucos espaços onde a informação é tratada com responsabilidade e onde existe um compromisso claro com a verdade. É por isso que continua a ser tão importante no combate à desinformação e na defesa de uma comunicação mais ética e consciente.

O futuro do telejornalismo na era da pós-verdade

A chamada pós-verdade descreve o mundo em que vivemos atualmente, onde os factos acabam por ter menos peso na formação da opinião pública do que as emoções, as crenças pessoais e aquilo que circula nas redes sociais. Neste contexto, a verdade deixa de ser algo consensual e passa a “disputar espaço” com diferentes versões dos acontecimentos, muitas vezes criadas para influenciar a forma como as pessoas pensam. Ou seja, não falta informação, mas o grande problema é que ela surge muitas vezes distorcida ou fragmentada, o que torna cada vez mais difícil perceber o que é realmente factual. Basicamente o que importa não é o facto objetivo, mas sim a nossa realidade sobre as coisas.

É neste cenário que o jornalismo televisivo enfrenta um dos seus maiores desafios da atualidade. O futuro do jornalismo televisivo está a ser atingido por um ambiente mediático onde a verdade deixou de ser um consenso e passou a ser um campo de competitividade.

Diversos estudos internacionais mostram que a perceção pública da credibilidade do jornalismo se encontra muito fragilizada, não apenas devido à desinformação, mas também pelas audiências e pela competição com fontes não profissionais que operam nas plataformas digitais. Hoje, qualquer pessoa pode produzir conteúdos que parecem jornalísticos, e isso cria uma concorrência desigual, porque esses conteúdos não seguem critérios editoriais, mas mesmo assim conseguem chegar ao público com enorme rapidez.

O *European Communication Monitor* (ECM) (European Communication Monitor, 2023) acrescenta algo muito importante a esta análise, ao demonstrar que lidar com a velocidade e com a grande quantidade de informação se tornou um desafio estrutural desde 2014, ano em que este tema passou a ser consistentemente identificado como urgente e prioritário pelos profissionais de comunicação. Isto mostra que a pressão informativa não é apenas uma consequência recente das redes sociais, mas um problema que se tem acumulado ao longo dos anos, à medida que o fluxo de informação se tornou mais intenso e mais difícil de controlar.

Esta pressão para estar sempre um passo à frente na divulgação da informação cria um ambiente onde o erro se torna mais provável e onde o público, ao ver versões diferentes da mesma notícia, acaba por questionar tudo. Para o telejornalismo isto traduz-se numa dificuldade constante. É preciso dar as notícias rapidamente, mas sem comprometer o rigor nem a credibilidade da informação. No fundo, há sempre este equilíbrio difícil entre ser rápido e ser preciso, e esse é um dos maiores desafios dos telejornais atualmente.

Em suma, o futuro do telejornalismo dependerá da capacidade de responder à pressão constante a que é submetido, o que implica informar com rapidez sem perder a precisão, integrar sempre ferramentas tecnológicas que permitam detetar manipulações e, acima de tudo, recuperar a confiança do público, incentivando-o a questionar criticamente aquilo em que acredita.

Discussão

Considera-se que a crise de credibilidade do telejornalismo resulta tanto da pressão externa das plataformas digitais quanto de fragilidades internas do próprio setor.

A influência dos algoritmos, que criam bolhas informativas e reforçam crenças prévias (Hashiguti & Costa, 2024), representa uma ameaça direta à capacidade dos telejornais para alcançarem públicos diferentes. Ao mesmo tempo, a urgência em publicar rapidamente, referida por Pinho (2024), compromete o rigor e contribui para erros que alimentam a desconfiança.

Neste cenário marcado pela pós-verdade, onde emoções se sobrepõem aos factos (Carvalho, 2023), o telejornalismo enfrenta o desafio de recuperar relevância através de práticas mais transparentes, verificações rigorosas e maior contextualização. Iniciativas como o SIC Verifica mostram que ainda há oportunidades para reforçar a confiança pública, desde que os meios invistam em processos editoriais sólidos e em estratégias que promovam a literacia mediática.

Conclusão

A análise desenvolvida ao longo deste artigo demonstra que o jornalismo continua a desempenhar um papel importante num ecossistema mediático profundamente marcado pela desinformação, pela aceleração tecnológica e pela degradação da confiança pública. A UNESCO alerta que a desinformação representa uma ameaça séria às sociedades democráticas, exigindo então meios jornalísticos capazes de verificar, contextualizar e comunicar com rigor. Paralelamente, os dados do *European Communication Monitor* evidenciam que a confiança se tornou o principal desafio estratégico para os profissionais da comunicação, reforçando a necessidade de práticas editoriais sólidas e de uma relação mais próxima e autêntica com o público.

Num ambiente de pós-verdade, onde emoções são frequentemente sobrepostas aos factos, o telejornalismo enfrenta a responsabilidade de reconstruir confiança e de se adaptar a novas dinâmicas tecnológicas, incluindo o uso de IA, *Big Data* e sistemas avançados de monitorização. Estes recursos, embora promissores, exigem competências especializadas, reflexão ética e estruturas organizacionais preparadas para lidar com riscos como *deepfakes*, ciberataques e manipulação algorítmica.

Assim, o futuro do telejornalismo dependerá da sua capacidade de combinar inovação tecnológica com o compromisso inabalável, a manter, com a verdade. Mais do que informar, o telejornalismo assume a missão de proteger o espaço público, fortalecer a literacia mediática e garantir que a sociedade continue a ter acesso à informação credível e verificável. Num tempo em que a verdade é contestada, o telejornalismo permanece como um dos pilares fundamentais da democracia e da vida cívica.

Enquanto observadora, considero importante que o telejornalismo recupere a proximidade com o público e reafirme o seu compromisso ético.

Declaração de uso de IA

Durante a elaboração deste artigo foram utilizadas as ferramentas *Microsoft Copilot* e *ChatGPT* para apoio em reestruturação textual, aperfeiçoamento gramatical, apoio na identificação de artigos e fontes disponíveis online, no auxílio na formatação de referências segundo as normas APA. Todo o conteúdo que foi sugerido pela ferramenta IA foi analisado criticamente, revisto e confirmado pelo autor, garantindo o rigor e a originalidade com os princípios éticos e científicos exigidos para a elaboração deste mesmo trabalho.

Referências

- Carvalho, D. (2023). A era da pós-verdade: Desafios e perigos na era digital. *The Trends Hub: Revista de Tendências em Comunicação e Ciências Empresariais*, 3(1). <https://doi.org/10.34630/tth.vi3.5112>
- Centro Nacional de Cibersegurança. (2020a). *Cidadão Ciberinformado – Como posso saber se uma notícia é verdadeira* [Vídeo]. RTP Ensina. <https://ensina.rtp.pt/artigo/como-saber-se-uma-noticia-e-verdadeira/>
- Centro Nacional de Cibersegurança. (2020b). *Cidadão Ciberinformado – O que é a desinformação?* [Vídeo]. RTP Ensina. <https://ensina.rtp.pt/artigo/o-que-significa-desinformacao/>
- Centro Nacional de Cibersegurança. (2021). *Cidadão Cibernético- Os algoritmos e o perigo das bolhas*. [Vídeo]. <https://ensina.rtp.pt/artigo/os-algoritmos-e-o-perigo-das-bolhas/>
- Delmazo, C., & Valente, J. C. L. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155–169. https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_11
- Dewey, C. (2016, 16 de junho). *6 in 10 of you will share this link without reading it, a new, depressing study says*. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/16/six-in-10-of-you-will-share-this-link-without-reading-it-according-to-a-new-and-depressing-study/>
- Hashiguti, S. T., & Costa, E. P. M. da. (2024). Algoritmos e sistemas de inteligência artificial e(m) processos de produção de sentidos. *Domínios de Linguagem*, 18, e1873. <https://doi.org/10.14393/DLv18a2024-73>
- Ireton, C., & Posetti, J. (Eds.). (2019). *Jornalismo, fake news & desinformação: Manual para educação e treinamento em jornalismo*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>
- McIntyre, L. C. (2018). *Post-truth*. MIT Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. 10.60625/risj-5srx-vt08
- Pinho, F. (2024). Comunicação ou desinformação: O poder das palavras. *The Trends Hub: Revista de Tendências em Comunicação e Ciências Empresariais*, 4(1). <https://doi.org/10.34630/tth.vi4.5686>
- Pires, A. I. (2023). A era da Informação e da Desinformação. *The Trends Hub: Revista de Tendências em Comunicação e Ciências Empresariais*, 3(1). <https://doi.org/10.34630/tth.vi3.5048>
- Vieira, A. R. (2024). A comunicação na era da desinformação: A inverdade da atualidade. *The Trends Hub: Revista de Tendências em Comunicação e Ciências Empresariais*, 4(1). <https://doi.org/10.34630/tth.vi4.5680>