

A verdade dos Factos: Excurso sobre o serviço “FactCheck” no jornalismo político

Isabel Salema Morgado

Universidade Nova de Lisboa/ Fundação para a Ciência e Tecnologia

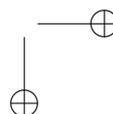
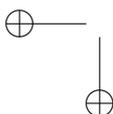
E-mails: imorgado@netcabo.pt

EM 1968, no seu texto *Verdade e Política*, Hannah Arendt escreveu que “Os factos e os acontecimentos são coisas infinitamente mais frágeis que os axiomas, as descobertas e as teorias - mesmo as mais loucamente especulativas - produzidas pelo espírito humano; (...) Uma vez perdidos, nenhum esforço racional poderá fazê-los voltar¹.” Ora só alguém que viveu, pensou e escreveu num tempo marcadamente dominado pela vontade e pelo poder de distorcer os factos, poderá assumir uma afirmação como aquela. Tempo assinalado pela presença massiva da propaganda e pelo domínio dos princípios das relações públicas no discurso político e social e na apresentação pública, tempo em que se assiste à sobre estimação da apresentação do objecto (afirmando-se a hipótese de assim se poder ter um conhecimento imediato do mesmo) sobre a realidade desse objecto, como reforça o autor David Beetham². Por facto entende-se um conceito pelo qual se assinala um acontecimento que já ocorreu ou uma coisa que se considera feita. Na linguagem podemos destacar a presença de factos linguísticos sempre que se considere um acto de fala consumado, passível de ser analisado posteriormente quanto ao seu conteúdo. Exemplo: O candidato a primeiro-ministro José Sócrates disse ou não, em campanha, a frase “Não irei aumentar os impostos”?

É verdade que os filósofos ocidentais, e logo desde a antiguidade clássica, alertaram para a natureza frágil dos acontecimentos como fonte de valoração da descrição ou da valoração da acção humana, mas por motivos distintos daqueles que levaram Arendt a fazê-lo. Aqueles julgavam impossível que uma colagem da linguagem à sua função descritiva dos factos permitisse por si só o acesso à verdade dos mesmos, já que devido à sua natureza mutável eles

¹Hannah Arendt (1967), *Verdade e Política*, trad. Manuel Alberto, Lisboa, Relógio d'água, 1995, p. 15.

²David Beetham (1991), *The Legitimation of Power*, Hampshire, Palgrave, 1991, p. 9.



não constituiriam um critério seguro de estabilidade e universalidade que a verdade reclama, a verdade racional e filosófica. Exigência a que só uma faculdade assente num processo de investigação dialéctico conduzido pela razão humana poderia atender³.

Então, a verdade racional e a verdade dos factos não tinha o mesmo valor, porque esta verdade era a que dizia respeito ao mundo material e social, a outra a que podia manifestar através do pensamento, a essência do que permanece apesar da mudança.

Mas Arendt não está preocupada com a questão da diversidade de opiniões existentes na sociedade, o que lhe interessa é identificar o processo encontrado por cada um para legitimar e defender essas opiniões. A autora defende que se respeite a verdade de facto, pois os factos são a matéria das opiniões⁴, e a sua verdade é aquela que pode ser atestada “pelos olhos do corpo, e não pelos olhos do espírito”⁵, o que permite uma aproximação à realidade o menos manipulada possível, porque o contrário do facto não é a opinião mas sim a mentira⁶, ainda que a verdade de facto não seja mais evidente do que a opinião porque depende também de testemunhos. O que a preocupa é a acção praticada pelos detentores de opinião, leia-se os políticos, em fazer com que a verdade de facto, no domínio dos assuntos humanos, possa tornar-se em algo como se mais uma opinião entre outras fosse. Ocorrência frequente e particularmente evidente sempre que a verdade de facto se opõe aos interesses ou aos prazeres dos detentores de opinião.

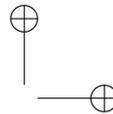
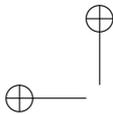
Ora, parece que estamos perante um paradoxo: por um lado compreende-se a natureza histórica e de criação social do facto, por outro lado evoca-se a existência de uma verdade de facto como factor que permite descrever a

³Heraclito e o seu discípulo Crátilo ensinaram como tudo flúí na natureza física. Os sofistas ensinaram com Protágoras que o “O homem é a medida de todas as coisas”. Estes princípios relativizavam o conhecimento acerca da realidade, oferecendo-a como passível de ser interpretada em sentidos opostos embora ambos perfeitamente defensáveis. Esta conclusão conquistou a realidade política e transformou a própria concepção de Estado em Atenas, por exemplo, quando os nobres, divididos em partidos - os oligarcas e os democratas - se vêm na necessidade de conquistarem as opiniões do povo para a sua causa numa luta interna das facções pelo poder após a morte de Péricles. Ver Werner Jaeger, *A Paideia*, trad. Artur M. Parreira, Lisboa, Aster, 1979:311 a 357.

⁴Hannah Arendt (1967), p. 24.

⁵Id., p.23.

⁶Id., p.52.



realidade das coisas como elas são. Como diz Arendt citando o médico e político francês Georges Clemenceau, poderá haver discussão sobre as razões que levaram ao desencadear da 1ª Grande Guerra, mas o que ninguém poderá dizer é que foi a Bélgica a invadir a Alemanha⁷.

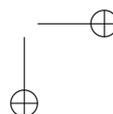
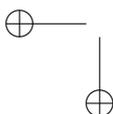
Arendt compreendeu muito bem a dualidade do objecto de estudo, mas não deixa que este problema epistemológico sirva de obstáculo à sua tese que defende que, na relação com o poder político, os factos apresentam-se como um fenómeno de maior estabilidade porque mais resistentes contra e em relação aos interesses transitórios dos indivíduos que se reúnem para exercer o poder. Deste ponto de vista, os políticos deverão saber que os factos nem devem ser tomados como o resultado de um processo indiferente ou confrangente à vontade dos seres humanos, nem devem ser entendidos como matéria passível de ser negada, sem que por isso ocorram consequências de maior no quadro das relações de confiança estabelecidas entre governantes e governados em democracias representativas⁸.

Se a autora entende que a natureza do facto pertence ao mesmo domínio do da opinião, porque ambos dependem de provas apresentadas por testemunhas, ambos se manifestam nos discursos, não deixa, no entanto, de procurar explicar a natureza distinta entre si destes fenómenos. É verdade que a autora reconhece que a evidência do facto, a sua assertividade, não é dada por si de uma vez por todas, nem há garantia exterior ou superior ao da sua manifestação que garanta a sua verdade. Arendt não tem uma consciência positivista da realidade de facto. Para ela não há a possibilidade de se fazer uma apropriação imediata da realidade, já que tem a percepção de que os factos e os acontecimentos apresentam-se sempre no pensamento como uma realidade mediada pela linguagem do ser humano, por este na sua rede de interacções sociais.

Mas sabe também a autora que há um comportamento humano que permite ser classificado como sendo de imparcial e tendendo para a objectividade. Há formas de sobrevalorizar esse mecanismo que consiste em evidenciar as coisas potenciando uma acção de distanciamento do sujeito relativamente ao objecto que enuncia, e que sejam aceites e reconhecidas pelos outros sujeitos em interacção. Existem formas de exaltar essa objectividade ou de a ocultar na linguagem utilizada para comunicar com os seus pares. Arendt considera

⁷Id., p.25.

⁸Id., p.53.



esses fenómenos como uma paixão do intelecto humano ocidental. O exemplo que dá é o dos autores clássicos Homero e Hesíodo. O primeiro porque, pela primeira vez na história, um contador de histórias procurou narrar os êxitos e as derrotas, quer a dos vencedores quer a dos vencidos. O segundo, não sendo um poeta, apresenta-se como um guardião da memória das acções empreendidas pelos povos então em confronto, os gregos e os bárbaros⁹. Estes autores trouxeram à história da humanidade uma perspectiva nova acerca da realidade, um posicionamento diferente do narrador em face do objecto narrado que se resume ao facto de aquele que estiver no lugar de juiz ou de narrador de um acontecimento ter a hipótese de suspender o acto egocêntrico de considerar os seus interesses pessoais. Ao libertar-se destas considerações exclusivamente pessoais nos juízos que emitir está a pôr em prática o conceito de imparcialidade¹⁰.

Muitos são os problemas gnosiológicos e epistemológicos que derivam deste exercício intelectual, mas a noção de que se pode ajuizar sem tomar um partido, com imparcialidade, veio a estar na base da ideia de um conhecimento científico da realidade¹¹.

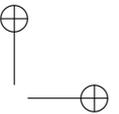
Em 1973 Karl-Otto Apel faz-nos compreender como a certificação de um facto é sinal de que o ser humano conseguiu descobrir que é na linguagem que a questão do exame da correcção de um facto evoluciona¹². A apropriação da realidade de facto faz-se através do significado que esse facto ganha para a pessoa ou para a comunidade, e esta tanto o pode explorar através de uma ponderação intelectual lógica, ajuizando e discorrendo, como através da realização de um conjunto de experimentações e observações que verifiquem o sentido das frases por meio de factos extra-linguísticos.

⁹Id., p.58.

¹⁰Id., p.57.

¹¹Daniel Cornu no seu livro, *Jornalismo e Verdade*, editado em português pelo Inst. Piaget em 1999, remete para a modernidade o aparecimento da noção de objectividade, estando esta ligada à autonomia do saber científico em relação ao filosófico que, em finais do século XVIII, defende ter por método de estudo a observação e a experimentação a fim de alcançar de forma um conhecimento positivista da realidade. Diz-nos ele que o Grand Larrousse de la Langue Francaise e o Robert indicam ser o ano de 1803 o ano de aparecimento da noção. Mas, como Arendt nos explicou, Heródoto mesmo sem a apresentação do conceito já enunciara a realidade que haveria de tomar definição com o termo “objectividade”.

¹²Karl-Otto Apel (1973), ‘Linguagem e verdade...’, in *Transformação da Filosofia*, Vol.1, trad. Paulo A. Soethe, São Paulo, ed. Loyola, 2000:163-196.



Na mesma linha de investigação trabalha Jürgen Habermas quando subcreve a teoria apeliana de que um facto é uma realidade linguística que dependerá do reconhecimento inter-pessoal da comunidade de falantes. Não que estes autores aceitem que não há um mundo material, um mundo para além do que é passível de ser mediatizado linguisticamente, o que entendem é que desse mundo só é possível ter acesso ao que dele se manifestar na linguagem. E numa proposição a questão da verdade é que suporta a constituição do que é enunciado acerca do mundo exterior, ainda que, como aprendemos com os filósofos da comunicação, um acto de fala não se restrinja ao seu domínio proposicional, porque o significado de um enunciado não é equivalente ao seu significado proposicional. Haverá também a força ilocutória, aquilo que nos permite afirmar que um acto de fala não se limita a registar a relação entre a frase assertórica que descreve o mundo e as coisas descritas desse mundo. Porque é também um acto que provoca sempre um determinado efeito nos ouvintes, que depende se estes compreendem a manifestação, se a reconhecem e se a aceitam¹³. Isto é, o sentido é mais amplo do que a verdade, embora sem a verdade, a verdade como correspondência ou verificação, também não haja sentido.

Arendt tem igualmente consciência de que aquele que diz a verdade de facto não deixa de ser “um contador de histórias”, um ser que procura reconciliar o pensamento e a realidade¹⁴, e por isso, como nos diz a autora, a prova dos factos não excede a do domínio de análise das informações, as quais se podem obter através dos testemunhos, encontrar em arquivos, documentos ou em monumentos¹⁵. Um facto pode ser manipulado na medida em que se pode coagir as pessoas a prestarem falsos testemunhos, tanto quanto se pode fazer desaparecer os arquivos, documentos ou monumentos¹⁶.

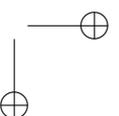
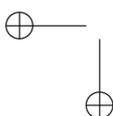
O trabalho da preservação de uma verdade de facto nas ciências humanas é tanto mais delicado quanto nos apercebemos como é possível aos detentores do poder virem a seleccionar, apresentar e permitir a divulgação dos acontecimentos que lhes interessam, reescrevendo a história. E mais sério ainda, como Arendt percebeu, não é que os que podem reescrever a história o façam com

¹³Jürgen Habermas (1976), “What is universal pragmatics?”, in Maeve Cooke (ed.), *On the Pragmatics of Communication*, Cambridge, Polity, 1998.

¹⁴Id., p.57.

¹⁵Id., pp. 24 e 31.

¹⁶A autora dá vários exemplos



a intenção explícita de enganar os outros, de os fazer aderir às suas visões, mas que eles próprios se enganem a si próprios e acreditem que realmente a imagem que propagandeiam é a imagem correcta da realidade¹⁷.

A preocupação de Arendt¹⁸ contra os atentados à própria matéria factual é comum com todos os que no jornalismo, ou nas academias de estudos humanos e sociais, evocam a necessidade de uma separação entre a esfera de actividade e influência dos que detêm o poder, e os que estão a trabalhar sobre a análise ou a apresentação de notícias relacionadas com os factos que decorrem da acção discursiva ou executiva desse poder.

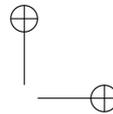
Uma verdade de facto para ser aceite necessita que o seu emissor usufrua do reconhecimento, por parte dos seus interlocutores, da sua natureza de actor independente e sem relação com os interesses dos poderes estabelecidos e interessados em controlar toda a informação. Só assim se apresentará com uma imagem de autoridade que se imporá contra todos os que contradigam as suas propostas. É este sentido de independência que se quer preservar com a finalidade de garantir a objectividade e a imparcialidade daquilo que se diz, quando se cria um mecanismo que preserve a verdade de facto dos ataques com que os poderes, nomeadamente o político, poderá procurar rechaça-la. Mas esta questão não é isenta de problematicidade, porque não é aceite de forma consensual por todos os interessados neste domínio. E se é verdade que é no sentido de quem evoca a defesa da existência de verdades de facto que podemos entender a criação do código deontológico dos jornalistas¹⁹, e no que ao carácter jurídico²⁰ das mesmas diz respeito, de um item que sublinha a função do jornalista como o que respeita a verdade do que descreve, sendo

¹⁷Id., “(...) em condições plenamente democráticas, um engano sem engano de si próprio é quase impossível.”, p.49.

¹⁸Id., p.25.

¹⁹Porque surpreendentemente as academias, os professores em geral, não parecem ter tido necessidade/oportunidade até agora de criar o seu próprio código. Seria interessante saber as razões deste facto. Será fundamentalmente por não ser percebida como uma profissão liberal?

²⁰Nos códigos, paralelamente ao facto de se ter codificado as condições de emprego e as regras do exercício da profissão, está presente também a listagem dos principais deveres de um jornalista sendo que um, presente transversalmente em todos os códigos, é o que formaliza a exigência de se respeitar a verdade das informações. Muitos foram sendo as estratégias utilizadas para a concretização dessa missão, desde a criação de conselhos nacionais de imprensa, a observatórios, passando pela criação da figura do provedor presente em alguns jornais.



que se toma como verdade o facto de se ser objectivo, também é certo que há uma corrente fortíssima a considerar que a “objectividade não existe.”

Como Daniel Cornu, de forma clara e acessível, escreve no seu livro *Jornalismo e Verdade*, é sobretudo na tradição jornalística anglo-saxónica que se ensina a separar rigorosamente o que pertence à esfera da técnica da informação do que é do campo do comentário²¹, o jornalismo de influência francesa assume de forma mais radical a recusa em considerar a existência de um trabalho jornalístico objectivo, preferindo substituir o conceito de trabalho que visa ser objectivo por um trabalho que visa ser honesto²². Mas o autor também nos põe de sobreaviso para que não acedamos à facilidade em catalogar de forma leviana como se de uma “ingenuidade anglo-saxónica” se tratasse, essa posição ética e metodológica que defende que os jornalistas devem sobretudo atender ao relato de factos. E isso porque sendo correcto dizer-se que a realidade a que temos acesso é uma realidade interpretada, já que mesmo na observação não se pode depreender que estamos em face de um “facto bruto”, porque desde logo estamos a seleccioná-la, a qualificá-la e a trabalhá-la através das nossas percepções e faculdades cognitivas herdadas socialmente, também não deixa de ser correcto pensar que a objectividade se dá como a procura da exactidão de um facto enunciado que seja verificável, isto é, validado por um conjunto alargado de pessoas que testemunhará a sua correcção (a comunidade profissional ou, ao limite, a comunidade de leitores mais preparados para pesquisar e avaliar o grau de correcção e de veracidade nos relatos)²³.

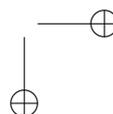
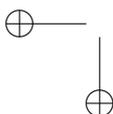
Daniel Cornu sintetiza excepcionalmente bem o carácter problemático deste tema quando escreve “A Objectividade jornalística é bem de ver, navega entre a ilusão de uma sacralização dos factos, que levaria a crer na eliminação do jornalista como sujeito, e o risco de uma interpretação que os abstraísse ou os limitasse²⁴”. É por isso que os jornalistas na sua relação com o poder político deverão ter distanciamento suficiente do seu objecto de análise (na maioria dos casos o objecto em causa serão os discursos dos actores políticos), sabendo de antemão que o poder político tem a capacidade, mesmo se

²¹Daniel Cornu (1994), *Jornalismo e Verdade*, trad. Dorindo Carvalho, Lisboa, Inst. Piaget, 1999, p. 327.

²²Id., p. 328.

²³Id., p. 357.

²⁴Id., p. 341.



não é exercido com autoritarismo, de impor grelhas de análise (de propor regras comportamentais para os diversos sistemas sociais) para a realidade que melhor se adequa aos seus interesses imediatos.

Se o jornalismo considerar que esta é uma falsa questão, que não é tarefa dos seus profissionais laborarem com métodos que remetem para a ilusão cientificista, e que a relação dos cientistas com a verdade de facto se deve manter ao nível de uma exposição honesta das ocorrências descritas num domínio linguístico de compreensão generalizada, não se estará a aceitar veicular de forma acrítica a ideologia do poder vigente, e a querer confundir o direito a errar, que deriva de qualquer trabalho cumprido com honestidade, com o direito a mentir que é, na realidade, o que se opõe à noção de uma verdade de facto?

Nos últimos anos tem surgido na praça pública um tipo de associações com intervenção paralela à dos meios de comunicação tradicionais, porque têm por objectivo informar o público, mas sendo ao mesmo tempo um serviço comunitário cujos elementos se entregam a uma actividade exercida com propósitos e com uma exigência metodológica análoga à do cientista que descreve factos. Neste caso concreto o objecto específico e delimitado da realidade que é investigada é representado pelo conteúdo do que é anunciado em discursos, entrevistas e comunicados à imprensa, dos políticos. E, mais especificamente no serviço efectuado nos Estados Unidos, analisar o conteúdo dos anúncios/publicidade política paga. Actividade esta que decorre fundamentalmente durante os períodos de campanhas eleitorais, mas não só. Mas sabendo nós que os factos não falam por si, não será esta actividade académica ou jornalística anglo-saxónica, uma ilusão?

Uma das referências teóricas para esta área é a autora Katleen Hall Jamieson. Ela defende que o discurso político reporta, inevitavelmente, para uma realidade que pressupõe um conjunto de factos passíveis de serem verificados, sendo esta verificação o primeiro teste que há a fazer a qualquer proposta política. E dá vários ensinamentos de como esse teste pode ser aplicado nos enunciados políticos. Por exemplo, pode-se saber se ainda há ou não “sem abrigo” nas ruas, ou, outro exemplo célebre internacionalmente apesar de dizer respeito à política interna dos EUA, George W. Bush na campanha

presidencial de 1988 disse, ou não, “Leiam os meus lábios. Não haverá novos impostos²⁵.”

A preocupação de Jamieson está na dinâmica que se estabelece entre a imprensa e os políticos, dinâmica essa que está a arrastar o público para aquilo que ela e Joseph Cappella denominam de uma “espiral de cinismo”. Esta dinâmica auto-distrutiva dizem-nos eles estar a ser potenciada pelo facto de os jornalistas cada vez crerem mais que os discursos dos políticos não são substantivos e de os analisarem segundo um crivo de análise relativa aos interesses estratégicos que subentendem, sendo que os líderes políticos se apercebem que a imprensa reage imediatamente ao tipo de discurso onde se sobrevaloriza o conflito em relação ao consenso, a asserção em relação ao argumento, a estratégia sobre o conteúdo, produzindo as suas apresentações conformemente²⁶. Isto é, cada um dos lados defende que o discurso cínico acerca da realidade (pela assumpção de que o sistema político é corrupto) é o que o outro lado quer fazer apresentar, com os efeitos de conseqüente cepticismo que esse comportamento terá junto do público.

Os investigadores que estudam o comportamento do público americano em relação aos líderes políticos, suas campanhas e acção governativa, mostram que há um real descomprometimento do público, quer em relação à imprensa quer em relação ao processo político²⁷. Descomprometimento esse que pode ser minimizado, segundo Jamieson, se as propostas dos candidatos poderem ser testadas por cada um dos proponentes e seus opositores, pela imprensa e pelo público, se os políticos souberem que esperamos que eles se comprometam na defesa de projectos de governação expostos através de argumento, e se eles aceitarem responsabilmente defender as suas propostas ou as que lhes forem propostas por outrem²⁸.

Em *Dirty Politics*, K. Jamieson recorre às teorias da argumentação para explicar porque é que o primeiro teste a fazer-se a um enunciado político é o de saber se este é factualmente exacto²⁹. Num discurso deliberativo o argumento deveria constituir a sua estrutura essencial - entendido quer como o

²⁵ Katleen Jamieson (1992), *Dirty Politics*, Oxford, Oxford Press, 1992

²⁶ Joseph Capella e Katleen Jamieson (1997), *Spiral of Cynicism, The Press and the Public Good*, Oxford, Oxford press, 1997:237

²⁷ Id. p,p:110-208.

²⁸ Katleen Jamieson (1992), *Dirty Politics*, p. 216

²⁹ Id., p. 217

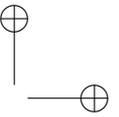
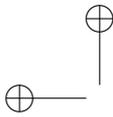
processo organizador de um pensamento disciplinado, porque utiliza recursos lógicos, quer como sinalizador de uma interacção entre dois ou mais conjuntos de enunciados com relação entre si, sendo que um é necessariamente uma conclusão e os outros enunciados as premissas que conduzem a essa conclusão.

A autora não tem ilusões sobre o modo como o uso de argumentos está longe de ser prática generalizada nas propostas e nos discursos dos políticos americanos, mas sabe também que uma asserção remete necessariamente para factos que a sustentam, excepto se for proferida de forma leviana e irresponsável, e que, tradicionalmente, o argumento surgia como a forma de demonstrar a verdade ou a validade de uma proposição acerca de algo ou alguma coisa. É nesta linha que Jamieson entende ser possível identificar nos discursos políticos a existência de verdades de facto passíveis de verificação³⁰.

Com o intuito de ajudar os eleitores a formar a sua opinião no tempo que lhes é concedido para ponderarem sobre a suas escolhas, o tempo da campanha, estes grupos de investigação procuram fazer passar a ideia de que mesmo que os factos estudados nos enunciados e que se revelem como opostos às visões do mundo que estruturam a vida particular do investigador, não terão um tratamento descuidado, pois isso não é causa suficiente para que eles os escondam ou mascarem. Porque os acontecimentos que analisam reportam a factos que evocam o interesse geral da população, que, dizem, sobrepõe-se em todos os casos aos interesses pessoais do indivíduo que os investiga. Eu julgo que a validade destas investigações lhes é atribuída pela publicação pública dos seus resultados sujeitos a verificação pela comunidade. Nesse caso, estes grupos surgem com a ambição de reforçar a credibilidade do trabalho dos jornalistas usando as regras do trabalho científico e o que isso aporta de crença na credibilidade dos resultados junto da comunidade leitora, e, ao mesmo tempo oferecer um quadro de juízos comparativos acerca das propostas dos candidatos visando esclarecer junto dos eleitores as diferenças que caracterizam cada discurso.

Em Dezembro de 2003 surge no Centro de investigação “Annenberg Public Policy,” o qual tem Katleen Jamieson como directora (centro pertencente à “Annenberg School for Communication” da Universidade da Pensilvânia). o projecto “The Annenberg Political Factcheck”. Este projecto com a denomi-

³⁰Id. pp.203-236.



nação geral de “factcheck.org.” apresenta-se ao seu público alvo, os eleitores americanos, com o propósito de “fazer reduzir o nível de decepção e confusão com a política dos Estados Unidos”, tal como é possível ler na sua apresentação “on-line”. Propõe-se levar a cabo esta tarefa procedendo a uma pesquisa cuidada das intervenções discursivas dos sujeitos políticos com um papel mais eminente no Estado e na sociedade americana. Repare-se que este grupo se criou para reagir contra uma situação que podemos classificar como sendo a de desinformação no que aos assuntos políticos diz respeito.

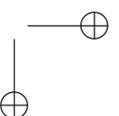
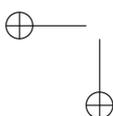
Uma das causas, no entender do grupo de investigadores, a decepcionar os eleitores com a vida política, é porque se encontram confundidos pela presença de múltiplas comunicações de sinal contraditório emitidas pelos políticos, que não têm um tratamento crítico específico por parte dos jornalistas, que na maior parte das vezes se limitam a descrever as ocorrências discursivas. Esta situação foi identificada como passível de contribuir para um estado instrumental da comunicação social, tema insuficientemente observado e resolvido pelo trabalho dos jornalistas nos seus meios de comunicação clássicos.

Sob os auspícios financeiros e éticos da Fundação Annenberg³¹, o projecto da academia americana da Pensilvânia faz aplicar os princípios normativos gerais que norteiam o manifesto da instituição de acolhimento, e fá-lo de forma quase totalmente autónoma em relação aos grupos de interesses, lucrativos ou outros, de quem quer que seja que detenha o poder político. Princípios que, na declaração dos objectivos que norteiam a fundação, se anunciam como interessados em promover a) o aperfeiçoamento da comunicação no sentido desta contribuir para a melhoria do bem-estar público, e b) o desenvolvimento dos meios que tornem mais efectiva a partilha de ideias e conhecimentos³².

Hannah Arendt apercebeu-se que o efeito mais radical e duradouro de uma sociedade exposta a uma constante desinformação está em que, ao fim de um tempo, se dá uma recusa absoluta por parte dos cidadãos em acreditar na verdade do que quer que seja. Não é só o desenvolvimento de um senti-

³¹Walter H. Annenberg (1908-.2002) , editor, produtor, diplomata e filantropo, depois de fundar a Escola de Comunicação Annenberg na Univ. da Pensilvânia em 1958 e da Escola de Comunicação Annenberg na Univ. of Southern California em 1971, cria a fundação Annenberg, tendo esta o propósito de servir para a investigação, o desenvolvimento e a aplicação de modos que tornem mais efectiva a partilha de ideias e de conhecimento, numa linha teórica que admite a promoção do bem-estar público através de um processo comunicacional melhorado.

³²Cf: <http://www.whannenberg.org>



mento céptico em relação às fontes oficiais de informação, o que teria como efeito imediato a perda de eficácia da realidade propagandeada³³, mas uma generalização deste sentimento relativamente à possibilidade de existência de realidades com valor de verdade distintas entre si. Este é um problema social grave, com uma dimensão mais profunda mesmo relativamente ao caso, de per si já com gravidade, que é o de tomar a mentira pela realidade verdadeira, na medida em que afecta um dos sentidos que orienta o indivíduo na sua orientação no mundo real³⁴. O sentido necessário à sua sobrevivência social que implica que nas relações que mantém com os outros, e entre todos e a realidade que os circunda, permaneça intacta a aptidão em distinguir o que é verdadeiro do que é falso. E, sabemo-lo através dos estudos em teoria da comunicação, a incapacidade, ou a indiferença em distinguir o que é uma verdade de facto ou o que é uma mentira, afecta também a relação pessoal de si para consigo mesmo, pelo que o processo de formação de identidade fica hipotecado.

O serviço americano de verificação de factos (Factchck.org)³⁵ tem como epígrafe uma frase das mais famosas do já falecido senador democrático Daniel Patrick Moynihon, que diz o seguinte: “Toda a gente tem direito à sua própria opinião, mas não ao seu próprio facto”³⁶. É sob a moldura conceptual definida por esta máxima que o grupo trabalha na identificação do “political spin” exis-tente na comunicação política, isto é, investiga o processo que se apresenta nas suas múltiplas formas comunicativas como tentativa de garantir o objectivo mais apetecido: o de fazer ganhar mais votos, mesmo se à custa do conteúdo de verdade das mensagens políticas. É verdade que sem uma contextualização teórica esta máxima poderá reforçar a reacção dos que entendem que há um princípio totalizador e coercivo, logo violentador, em todos os que reclamam pela apresentação, sempre ilusória mas nem por isso menos castradora, da apresentação do facto absoluto como o dever máximo no trabalho de informação do público. Se entenderem porém que a aceitabilidade de uma matéria de facto como verdadeira implica um processo comunicacional

³³Fenómeno que sabemos que aconteceu, e como David Beetham sublinha na página 107 da sua obra supracitada, nos países onde houve, ou há, uma tentativa estatal de controlar totalmente os órgãos de informação, impedindo a livre circulação de ideias.

³⁴Id., p.50.

³⁵Cf. http://en.wikipedia.org/wiki/Daniel_Patrick_Moynihan

³⁶“Everyone is entitled to their opinion, but not their own fact.”

de aceitação racional que envolve a participação dos membros de uma comunidade com competência linguística (e em Apel, ao limite, uma comunidade ideal de falantes), então compreenderão que aquela máxima representa uma meta num trabalho de investigação que, em política, terá o mérito de reconciliar o público eleitor com probabilidade da questão da verdade de facto estar presente, e poder ser testada, nos enunciados pronunciados pelos candidatos a eleições³⁷.

A máxima de Moynihon apresenta-se para o grupo de trabalho como a descrição de uma atitude e de um método que os investigadores terão que usar com o cuidado de quem sabe ser o tema objecto de discussão, mas sem a inibição de quem tem medo de evocar a exactidão factual para validar um discurso quanto ao seu grau de verdade, justeza, compreensibilidade e correcção.

A pesquisa do “factcheck” teve início com a verificação do conteúdo do anúncio pago pelo candidato John Edwards emitido na televisão americana em Setembro de 2003 quando este se encontrava em campanha para o lugar de candidato presidencial democrático, competindo por uma nomeação para disputar as eleições presidenciais americanas de Novembro de 2004 com George W. Bush (em Portugal este tipo de propaganda política é ilegal)³⁸. Nesse anúncio J. Edwards dirigia-se a todos os espectadores afirmando que o Estado americano sob a administração Bush estaria a proteger as grandes corporações em desfavor dos restantes contribuintes, sendo estes a verem os seus impostos a aumentar enquanto os milionários obtinham cada vez um maior lucro e apoio nas suas políticas económicas. Três meses mais tarde, o serviço “factcheck” inicia a publicação dos seus trabalhos on-line com um artigo onde se pergunta se é um facto ou não que Bush teria até então no seu mandato procedido a uma maior protecção das grandes empresas, no que a um aumento na taxa de impostos dizia respeito, em detrimento do cidadão comum. O artigo refuta e corrige o conteúdo das afirmações proferidas por Edwards, recorrendo à apresentação de dados estatísticos e de análises obtidos junto de especialistas³⁹. Dava-se início a uma página que iria ter um êxito assinalável junto dos

³⁷Membros de uma comunidade habilitados para avaliar a coerência do enunciado e a credibilidade do enunciador, ainda que esta habilidade seja comum à espécie e não dependa de nenhuma característica singular resultante da vontade pessoal de cada um.

³⁸No fim da campanha o candidato presidencial democrático foi John Kerry tendo ficado John Edwards nomeado como candidato à vice-presidência dos E.U.A.

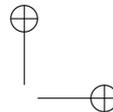
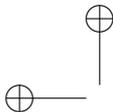
³⁹Cf. <http://www.factcheck.org>

jornalistas, dos políticos e, sobretudo, junto da sociedade civil. Desde então, ocupando-se não só com o material recolhido na campanha que estava a decorrer e que terminou em Nov. de 2004 com a reeleição de George Bush, mas também com o que depois as instituições governamentais vão afirmando no exercício das suas funções, o serviço tem apresentado todos os meses um conjunto de artigos que abordam os mais diversos temas, desde que os investigadores suspeitem que há uma utilização pouco respeitadora dos factos, indiferentemente de quem seja o enunciador⁴⁰.

A visibilidade nacional e internacional do site levou-os a reforçar a sua equipa de trabalho a fim de responderem às expectativas dos seus leitores, relativamente ao facto de neles confiarem e de a eles recorrerem como garantia última de esclarecimento. Da sua lista de artigos até à data em que escrevi este texto, 9 de Novembro de 2005, constam 154 trabalhos de investigação e análise. O último dos quais, de 28 de Outubro de 2005, analisa os anúncios nos canais de TV da Califórnia pagos pela indústria farmacêutica. No “sítio” temos acesso aos vídeos com os anúncios analisados, e, depois de um resumo, temos a análise ao conteúdo dos mesmos. Atente-se no cuidado com as fontes que seleccionam para apresentar as suas informações, recorre-se sempre a dados de associações independentes. É assim que começa por apresentar dados sobre o montante gasto pela indústria em publicidade na defesa da sua “proposition78”, que se refere a um programa de prescrição defendido pelas farmacêuticas contra o montante gasto pelos proponentes de uma medida (a proposition 79) que visa um programa de descontos negociados pelas companhias para abranger um maior número de pacientes da classe média. Este grupo é constituído sobretudo por sindicatos e associações de consumidores.

O que nos interessa é o modo como a equipa do “factcheck.org” analisa as imagens, as palavras, e realça o que há de menos claro ou de falso no conteúdo dos anúncios, terminando sempre com uma bibliografia relativa à temática abordada. Eles não tomam posição sobre a justiça ou injustiça da medida proposta por cada um dos proponentes, eles analisam o conteúdo das declarações, fazem estudos comparativos com outros programas já em vigor noutros estados e procedem à apresentação de estatísticas. Serão os leitores a tomar a sua decisão e a valorizar com a sua escolha as mensagens que lhe são apresentadas. É claro que há uma valorização dos factos na medida em que

⁴⁰Com a excepção do mês de Dezembro de 2004 que não regista nenhuma entrada.



a equipa escolheu estes anúncios para proceder ao seu tratamento e não um qualquer outro, mas a partir do momento em que a selecção é feita, o tipo de valorização assumida é a da informação e a da verificação dos enunciados.

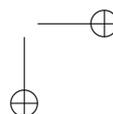
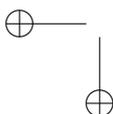
Em declarações ao jornal “Penn Current”⁴¹, o director do “Factcheck.org”, o jornalista Brooks Jackson declarou que este projecto surgiu durante a pré-campanha presidencial para 2004, porque nunca na sua vida de jornalista político se apercebeu da existência de uma corrida eleitoral tão longa quanto aquela, e que por isso o seu acompanhamento por especialistas da comunicação era fundamental para se compreender se uma tão grande exposição a debates políticos tornaria as pessoas mais conscientes das estratégias de manipulação usadas para fazer criar factos políticos através das técnicas de “Spin”, ou se, pelo contrário, essas técnicas de “marketing” teriam melhor hipóteses de serem bem sucedidas nos seus intentos de formatar um comportamento. Nos estudos aos inquiridos conduzidos pela “National Annenberg Election Survey” chegou-se à conclusão que as duas coisas aconteceram. Mesmo os eleitores que afirmavam não aprender nada a partir dos anúncios políticos pagos acabavam por absorver informação e a acreditar no que neles era veiculado. Assiste-se também à proliferação de associações 527s, que são organizações compostas por indivíduos influentes, na sua maioria profissionais liberais, que estão a fazer uso de anúncios de ataque no sentido de influenciar ou tentar influenciar as nomeações e as eleições⁴². Por outro lado há a hipótese de se ter mais tempo para se desmascarar as técnicas “spin” utilizadas nesses anúncios, tais como as de fazer uso de citações fora do contexto, usar selectivamente o conhecimento de factos, fazer afirmações assumindo certos factos como verdadeiros quando estes ainda por provar, entre outras⁴³.

O serviço em 2 de Novembro de 2004 declarou aos seus leitores que iria continuar o seu trabalho mesmo após as eleições. Nessa altura dá-se a primeira reformulação (já não terá como objecto de análise os discursos dos líderes políticos em campanha) e passará a monitorizar os discursos governamentais, estaduais e, como temos vindo a ler recentemente, os discursos de outras ins-

⁴¹Cf. <http://www.upenn.edu/pennnews/current/2004/092304/research.html>

⁴²Cf. http://www.gnosos.com/webhelp/What_is_a_527_Organization_.htm

⁴³“Spin” eram as siglas do originalmente termo usado pelos relações públicas e que significa “Significant Progress In the News”.



tituições do poder como é o caso dos grandes grupos económicos⁴⁴. A equipa sente a necessidade de validação externa, daí que em 23 de Novembro de 2004 tivesse apresentado o resultado de um inquérito aos seus subscritores, dando conta que a grande maioria dos subscritores que responderam ao inquérito consideravam os seus artigos acessíveis e confiáveis⁴⁵.

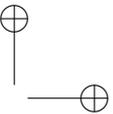
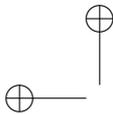
Atentem no artigo de 16 de Setembro de 2005, aquele que para mim resume a excelência do trabalho da equipa da verificação de factos americanos. Numa investigação que eles declaram ter levado meses, dão-nos uma cronologia dos acontecimentos/discursos/acções relacionados com a devastação do furacão Katrina. Cronologia que se inicia meses antes (mais propriamente treze meses antes, a 23 de Julho, com o anúncio pela “Federal Emergency Management Agency (FEMA)”) do fenómeno natural ter atingido fortemente o Estado da Louisiana como tempestade de grau 4. A condução que nos é permitida fazer sobre o que mais importante aconteceu ou foi dito pelos responsáveis políticos nesse período dá-nos uma ideia clara do que é um trabalho em “verificação de factos”: apresentar os enunciados/acontecimentos significativos para a compreensão do que o poder político fez (e não há nunca uma avaliação do que o poder político devia fazer. Essa análise, ou comentários, são deixados ao leitor). O serviço baseia-se num conjunto de fontes verdadeiramente notável, pela sua extensão, que sustentam as suas informações.

Em Inglaterra o canal de televisão “Channel 4”⁴⁶ desenvolveu um site onde apresentou um projecto semelhante ao do “factcheck” americano, afirmando

⁴⁴“If history is any guide, there will be plenty of distortions and falsehoods to expose even in a non-election year, and we intend to monitor and report on the major factual claims being made from Washington through the remainder of 2004, and into 2005 and beyond. Watch the “announcements” section on the home page for updates”, in <http://www.factcheck.org/article299.html>

⁴⁵“More than 21,000 FactCheck.org subscribers responded to our online survey conducted Nov. 13-19. That’s roughly 30% of all those who signed up to get our articles emailed to them. Overwhelmingly, those who responded found our articles clear and easy to understand, politically unbiased, reliable, and helpful in forming opinions about the candidates and their positions. Journalists make up only 2 percent of respondents, but most of them found our articles helpful and nearly half quoted us as an authority. Teachers made up 10 percent of the respondents, and one in three used our articles in class. One in six who responded worked in the 2004 presidential campaign at some level. Few Kerry nor Bush workers thought our articles made their opponent more careful about stating the facts, however”, in <http://www.factcheck.org/article300.html>

⁴⁶Cf. <http://www.channel4.com/news/factcheck>



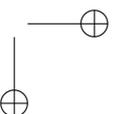
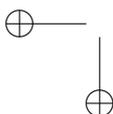
que com este trabalho estava a cumprir a sua tarefa em prestação de serviço público: já que o objectivo era o de encorajar os seus leitores a debaterem os assuntos de ordem pública e a interessarem-se mais pelos temas políticos. No entanto, e como este grupo, ao contrário da equipa americana, era todo ele constituído por jornalistas, surge pela primeira vez a intenção de com este projecto se vir a valorizar o jornalismo digital. Objectivo ausente das preocupações mais académicas dos americanos. Porém, os criadores do “site” inglês dizem-no uma réplica do sítio correspondente americano, que, tal como o seu congénere, iniciou a sua actividade com a publicação de um artigo on-line no decorrer de uma campanha eleitoral. Assim, em Março de 2005 iniciou actividades o “factcheck” do “channel 4” com o intuito de monitorizar a campanha para as eleições gerais no Reino Unido, tendo concluído o seu trabalho com a publicação do último artigo deste primeiro período de trabalho, no dia a seguir às eleições, 6 de Maio⁴⁷. Jon Bernstein, o editor chefe da página inglesa justifica assim o seu trabalho por contraponto ao dos jornalistas a trabalhar na imprensa tradicional: “Pela sua peculiaridade os jornais carregam muitas vezes uma certa quantidade de bagagem crítica, e os consumidores possuem frequentemente uma noção preconcebida sobre a origem dessa publicação⁴⁸”. Pelo que se entende que a natureza do meio onde se editam os artigos, e a exposição clara dos objectivos e da missão com que a equipa, identificada, se apresenta, fará a diferença no que uma luta pela credibilidade no que se anuncia diz respeito⁴⁹.

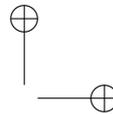
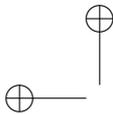
Permitindo ao leitor o acesso aos artigos analisados mas já divididos por grandes temas (crime, economia, educação, saúde, emigração e asilo, e outros) e apresentando num fórum um espaço de discussão, o “factcheck” inglês diferencia-se da metodologia americana. Porém, eu julgo que a mensagem que nos é transmitida pela moldura que configura a “página” inglesa propicia-nos uma imagem valorativa de menor rigor do aquela que é transmitida pelo serviço americano. Desde logo porque a existência de um fórum remete para a existência de um espaço livre e público de intervenção dos leitores que, geralmente, prima pelo excesso de opiniões sem fundamentação. O que, convenhamos, num “sítio” que se quer paradigma de um tipo de tratamento dos

⁴⁷Cf. <http://www.channel4.com/news/factcheck/quote.jsp?id=169>

⁴⁸“The nature of newspapers means that they often have a certain amount of critical baggage, and consumers often have a preconceived notion of where that publication is coming from”, Cf. <http://www.channel4.com/news/factcheck>

⁴⁹FactCheck.org as a “consumer advocate for voters”.



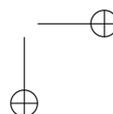
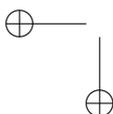


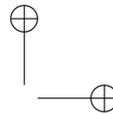
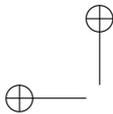
discursos através de testes à verdade de facto dos seus conteúdos, poderá surgir como um elemento estranho e paradoxal, já que se pretenderá evidenciar um trabalho que se quer destacado da multiplicidade de opiniões que se propalam. Não que os factos não se discutam, mas haverá que assumir que em algum momento a discussão terá que ter uma conclusão, e se essa conclusão não for assumida pelos especialistas que a testaram, vai ser assumida por quem?

Algo mais julgo que concorre também para a manutenção de uma imagem equivocada do projecto inglês. O facto de o Channel 4 apresentar o seu serviço de “factcheck” como um serviço cujo lema é o de “mantendo os políticos honestos”, o que, como podemos comparar, é apropriação de um poder que o serviço americano não assume, porque subentende que é responsabilidade dos eleitores manterem os políticos honestos. Há também outro aspecto, o da ambiguidade da mensagem a que somos induzidos pelo grafismo da página do “factcheck” do “channel 4”. Nela podemos ver as fotografias dos líderes dos três maiores partidos ingleses, candidatos a primeiro ministros, (Tony Blair no centro como representante do Partido trabalhista, Michael Howard o, então, líder do partido dos Conservadores à sua direita, e Charles Kennedy à esquerda, líder do partido Liberal Democrata) e, no canto superior esquerdo, depois do título Factcheck, o desenho de um quadrado, a imitar o boletim de voto, e um sinal a assinalar esse quadrado. Ainda que evitem o uso da cruz, eu julgo que é pouco feliz a analogia que se poderá vir a fazer. Será que os eleitores têm que fazer uma quarta escolha? Ora o “factcheck” não concorre a eleições, é um serviço de análise dos discursos políticos, independente dos partidos (não concorre contra nem a favor de nenhum, mas também não é um partido político).

O académico “sítio” do serviço americano não incorre neste tipo de conflito porque entende que a sua imposição junto do poder se faz a partir de uma base de informação generalizada dos eleitores. Permitam-me que diga que isso se deve ao facto de estarem mais bem fundamentados teoricamente pela presença de K. Jamieson no seu grupo de análise. Não se concorre contra o poder, concorre-se pelo esclarecimento das acções comunicacionais desse poder.

Em Portugal a sociedade civil não criou até agora um serviço de fiscalização de uma natureza semelhante à dos projectos americanos. Nem as academias, nem os meios de comunicação públicos conseguiram ou consideraram a





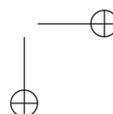
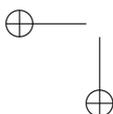
necessidade de criação de um serviço semelhante. É através de órgãos de administração pública que se fiscaliza, e disciplina, os actos eleitorais. Ora esta função, a disciplinadora, remete para a intervenção de uma instância que vigia e garante que nas eleições se respeita as regras democráticas, submetendo os problemas relativos ao contencioso eleitoral aos tribunais que ajuizarão o cumprimento ou não das normas constitucionais.

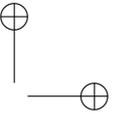
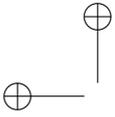
Os serviços de “factcheck” têm também uma função disciplinadora mas que nasce da própria exposição dos seus conteúdos junto de um número alargado de opinantes públicos, esses serviços não fiscalizam ou impõem o cumprimento de regras, nem estão directamente empenhados na defesa e promoção dos direitos humanos, porque a “spin political” não põe directamente em causa, por exemplo, o direito à liberdade de expressão. Esses serviços permitem que se dê conta da preocupação que certos grupos de cidadãos, profissionais ou não da comunicação, têm em esclarecer o que nos discursos públicos pode contribuir para a mistificação ou o esclarecimento acerca do que é o trabalho político, e as campanhas políticas, em democracia. Isto é, diferente do tipo de evocação de um qualquer poder de controlo concreto que, em Portugal, é assumido pelos Tribunais.

Nas eleições autárquicas de 9 de Outubro de 2005 ocorridas em Portugal, “A Comissão Nacional de Eleições” das 320 queixas que recebeu, relata como estando em segundo lugar as queixas relacionadas com a propaganda (94 ocorrências)⁵⁰. Mas não são queixas que evoquem suspeitas ou reclamem por provas a favor ou contra a factualidade do que é dito pelo candidato A ou B, são, na sua grande maioria, querelas relativas ao espaço (ou à ausência dele) onde se podem colar cartazes com a publicidade política.

Há um espaço vazio quanto à análise das questões da comunicação política relativas aos conteúdos dos discursos dos líderes políticos. Esta análise tem a ver com o facto de se poder esclarecer o conteúdo dos enunciados quanto à sua verdade de facto, a fim de guiar os eleitores a consciencializarem que a honestidade dos políticos não é posta em causa pelos erros que possam cometer, mas sim pelas mentiras que possam dizer. Em Portugal haverá também que fazer um levantamento rigoroso do número de vezes que em artigos de opinião ou em intervenções de jornalistas em programas de rádio ou televisão, se

⁵⁰Em primeiro lugar, com 117 referências, aparecem as queixas relacionadas com “neutralidade e imparcialidade das entidades políticas”. Cf. <http://www.cne.pt>





defendeu a ideia de que em campanha política nenhum político fala, ou poderá falar, verdade. Seria interessante sabermos em que degrau se encontra a nossa espiral de cinismo.

Lisboa, 9 de Novembro de 2005

