

RAZÕES E CONSEQUÊNCIAS DO DILÚVIO DE DESINFORMAÇÃO

Reasons and consequences of the deluge of disinformation

Razones y consecuencias del diluvio de desinformación



Lucia Santaella¹

DOI: 10.31501/esf.v1i32.15503

Resumo: Embora no Brasil esteja adquirindo proporções alarmantes, a desinformação e as consequências que produz na vida social são preocupações presentes em muitos países do mundo. Para compreender esta situação com mais precisão, este artigo começa com uma contextualização do papel que as redes digitais vieram a desempenhar desde a criação da Web em meados da década de 1990 e as transformações pelas quais passaram até aos dias de hoje, com a sua imersão numa cultura que tem sido chamada de cultura do ódio. Dado que as notícias falsas e a desinformação são utilizadas de formas distintas, as diferenças semióticas entre ambas são examinadas para enfatizar o carácter diluviano da desinformação e os perigos que representa para a democracia em tempos de eleições. Por fim, são analisadas as razões e consequências da desinformação.

Palavras-chave: Redes sociais. Cultura. Fake news. Semiótica. Desinformação.

Abstract: Although in Brazil it is acquiring alarming proportions, disinformation and the consequences it produces in social life are concerns present in many countries of the world. To understand this situation more accurately, this article begins with a contextualization of the role that digital networks have come to play since the establishment of the Web in the mid-1990s and the transformations they have undergone until the present day, with their immersion in a culture that has been called the culture of hate. Since Fake News and disinformation are employed in different ways, the semiotic differences between both are examined to emphasize the diluvial character of disinformation and the dangers it presents to democracy in times of election. Finally, the reasons and consequences of misinformation are analyzed.

Keywords: Social networks. Culture. Fake news. Semiotics. Disinformation.

Resumen: Aunque está adquiriendo proporciones alarmantes en Brasil, la desinformación y las consecuencias que tiene en la vida social son una preocupación en muchos países del mundo. Para entender esta situación de forma más precisa, este artículo comienza contextualizando el papel que las redes digitales han pasado a desempeñar desde la creación de la Web a mediados de los años noventa y las transformaciones que han sufrido hasta nuestros días, con su inmersión en una cultura que se ha dado en llamar la cultura del odio. Dado que las fake news y la desinformación se utilizan de forma diferente, se examinan las diferencias semióticas entre ambas para poner de relieve el carácter diluido de la desinformación y los peligros que representa para la democracia en época electoral. Por último, se analizan las razones y consecuencias de la desinformación.

Palabras-clave: Redes sociales. Cultura. Fake news. Semiótica. Desinformación.

¹ Doutora, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo – SP, Brasil. lbraga@pucsp.br | <https://orcid.org/0000-0002-0681-6073>.

1 Introdução

Não é possível alienar-se diante do fato cada vez mais evidente de que, desde 2018, tornaram-se recorrentes em muitos países do mundo, as preocupações, expressas em muitos discursos e debates, relativas ao uso eleitoral das redes sociais, visando à proliferação da desinformação para fins políticos e outros fins igualmente nefastos, como, por exemplo, o negacionismo na ciência. Já publiquei dois pequenos livros sobre isso: *A pós verdade é verdadeira ou falsa?* (Santaella, 2018a) e *De onde vem o poder da mentira?* (Santaella, 2021), uma demonstração do quanto essa questão preocupa a muitos, ou melhor, àqueles que mantêm alguma capacidade de compreender os perigos que nos rondam, perigos que afetam a vida cidadã e as garantias da democracia e de instituições sadias.

Para que as condições atuais possam ser compreendidas, é preciso evitar o presenteísmo imediatista, recuando, portanto, uns poucos passos para trás, ou seja, visivelmente 2016, quando o problema da pós-verdade e das fake news começaram a despontar nos países mais ricos cujos encaminhamentos políticos sempre acabam por se colocar na mira do restante do mundo. Por essa época, tanto a vitória de Trump, nos Estados Unidos, quanto a do Brexit, na Inglaterra, provocaram uma surpresa que reclamava por ser explicada. Qual a influência das informações enganosas disseminadas nas redes digitais sobre as opções dos eleitores? Muitas pesquisas, de resto, controversas continuam a ser publicadas até hoje sobre a questão. Mas sigamos a trilha do tempo.

2 O anticlímax das redes sociais

Quando a Web surgiu, em meados dos anos 1990, ela veio acompanhada por uma grande euforia, pois trazia o potencial, então, bastante aplaudido, de que os usuários ganhavam um estatuto muito novo, no universo da comunicação, aquele do espaço aberto para a sua participação graças à interatividade que se apresentava como princípio constitutivo das redes da internet. Esse princípio se fortaleceu uns dez anos depois com a entrada das redes sociais digitais, primeiramente o Orkut, que caiu no agrado dos jovens, mas logo substituído pelo Twitter e pelo Facebook. Hoje, as redes sociais se multiplicaram e competem entre si. Apesar da competição todas sobrevivem, tirando proveito de novidades que não cessam de surgir, como, por exemplo, o TikTok.

O que cumpre demarcar nessa sequência temporal, entretanto, é a maneira como, gradativamente, a euforia inicial foi encontrando o seu oposto, cujo marco decisivo encontra-se justamente em 2016. Conforme se fortaleciam em termos de agigantamento no seu uso, as redes iam tomando um caminho adverso e danoso. Foram se perdendo os espaços semióticos de conversação, anteriormente tão celebrados, pois as pessoas foram ficando mais liberadas para afiar suas garras, dando origem a uma cultura do ódio e do apagamento da alteridade (Pereira et al., 2022). Nesse contexto, 2016 foi um marco decisivo a que costumo dar o nome de anticlímax das redes sociais (Santaella, 2018b).

Não foi por acaso que a expressão “pós-verdade” foi escolhida pelo Dicionário Oxford como palavra internacional do ano de 2016. Essa palavra buscava dar expressão às circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal. Pouco depois, 2018, muito barulho se fez ouvir acerca do escândalo da *Cambridge*

Dossiê Semiótica, Cognição e Comunicação

Analytica, dada a ligação que passou a ser estabelecida entre as eleições de 2016 e o papel possivelmente perverso desempenhado por essa empresa de análise de dados.

Uma pesquisa superficial nas redes já é capaz de fornecer informações sobre esse escândalo. Mesmo assim, uma breve retomada justifica-se para a continuidade deste artigo. A *Cambridge Analytics* era uma empresa, fundada em 2013 que, aproveitando-se do crescimento do big data, propunha fornecer serviços de análise de dados para fins comerciais e políticos. Em princípio o uso de dados para esses fins não é ilegal, desde que não fira questões de direito. Ocorre que Trump era cliente da empresa assim como alguns grupos nacionalista ligados ao Brexit, estando aí a origem do escândalo.

Foi inventado por um pesquisador, Aleksandr Kogan, um aplicativo aparentemente inocente, mas enganador, de extração de dados pessoais. O Facebook deu autorização para um teste de personalidade para fins acadêmicos desse aplicativo de personalidade. Ora, a lógica das redes é a lógica da disseminação incontrolável. Ao fim e ao cabo, disso resultou que 50 milhões de dados de usuários foram vendidos pelo pesquisador à *Cambridge Analytica* que tinha Trump como cliente. A influência que isso teve nas eleições presidenciais foi desvendada por jornalistas investigadores, redundando, por fim, na falência da empresa e no questionamento do Facebook acerca da permissão de que dados privados de usuários sejam repassados a quaisquer interesses externos, o que atinge o ponto fraco do direito à privacidade (Alecrym, 2018).

Passados os anos, continuam a ser realizadas pesquisas sobre a influência das redes na eleição de Trump. Algumas delas chegam a colocar em questão as certezas anteriores relativas à preponderância dessa influência (Kaufman, 2022, p. 286-289) ou, pelo menos, trazem à tona questões de fundo sobre essa influência. Bastante significativo é o artigo de Schultz (2021) no qual, lançando

Dossiê Semiótica, Cognição e Comunicação

mão de uma série de pesquisas, o autor revela que o consumo de Fake News nos EUA corresponde a uma parcela ínfima da “dieta de mídia” dos americanos do norte. As pesquisas “arriscam sugerir que a desinformação e polarização estariam mais ligadas às notícias convencionais ou ao esquivamento a elas do que propriamente às fake news.” Ao vasculhar os mecanismos de ação das informações falsas sobre as pessoas, outras pesquisas também inquietantemente revelam que a susceptibilidade teria mais a ver com acomodação preguiçosa (*lazy thinking*) do que com a polarização política em si.

De todo modo, o breve panorama acima ajuda a demonstrar que as fake news afetam prioritariamente o campo da política. Há outros campos, evidentemente, como a medicina, o marketing etc., mas é, na política, que as consequências são as mais destrutivas, desde que dela e dos efeitos que produz depende grandemente o funcionamento saudável ou doentio de uma sociedade e a preservação de seus valores democráticos (Bucci, 2019). Em 2018, repetiu-se nas eleições brasileiras o mesmo espanto de 2016 nos Estados Unidos. Quatro anos depois, que marcou o retorno de um ano eleitoral no Brasil, cresceram correspondentemente as preocupações com a questão.

3 As condições brasileiras de 2018 a 2022

No Dossiê 230 da *Revista Comciencia*, dedicado ao tema das fake news, Silva e Bellas (2021) discutem que “a disseminação de desinformação em eleições para desmoralizar adversários e obter ganho eleitoral se mostra presente como estratégia no debate político.” Se seguirmos o pensamento de Hanna Arendt (1972), veremos que isso não é novidade, pois a política sempre tende a se irmanar com a mentira e a enganação. O que se tornou novidade contudo, é o fato de que a lógica de circulação da informação nas redes propicia a aceleração nos circuitos de produção e distribuição das fake news,

criando os efeitos naquilo que passou a ser chamado de câmara de eco e viés de confirmação. Esses efeitos decorrem das bolhas que se criam nas redes, em que, devido à ação dos algoritmos, pessoas se conjugam tão só e apenas àquelas que pensam, sentem e agem de modos similares aos seus. Encontra-se justamente aí o fenômeno dos enraivecidos antagonismos que transformam a cultura em uma guerra entre extremos inconciliáveis (Pariser, 2011; Santaella, 2024).

Foi em 2018, durante o período das eleições presidenciais, que as fake news começaram a se fazer sentir com intensidade no Brasil em variadas modalidades, desde o termo fake news, à maneira de Trump, ter sido usado para colocar os veículos da imprensa em descrédito, até a divulgação de um “kit gay”, exemplo exemplar do nível de desmoralização a que pode chegar o processo político, especialmente em tempos de eleição. Para funcionar como um contrapeso ao alastramento da enganação, surgiram no país várias agências de checagem dos fatos, numa oposição clara entre fato versus fake.

Silva e Bella (2021) citam o testemunho de Sérgio Lüdtke, jornalista e editor do Projeto *Comprova*, no qual esse jornalista explica que os agentes de desinformação investem em diferentes estratégias de acordo com a agenda pública. “Nas eleições de 2018, talvez como forma de teste, víamos narrativas muito singelas e diretas, assim como algumas muito sofisticadas, completamente enviesadas.” Ora, a questão é tão perversa que o mesmo procedimento que é utilizado nas técnicas e métricas das redes sociais para analisar o conteúdo jornalístico, os agentes da desinformação também o usam para aperfeiçoar as narrativas’.

Na verdade, os quatro anos decorridos, de 2018 a 2022, trouxeram uma série de problemas, até mesmo cruciais, problemas adicionais. Entre eles, destaca-se aquilo que se tornou conhecido como o

gabinete do ódio, de que a admirável jornalista Patrícia Campos Mello (2020) trata em detalhes em seu livro *A máquina do ódio*, no qual relata como agem as fake news e a violência digital de que se alimentam. Diante disso e de outros fatores, a questão relativa à mentira e à enganação que, no seu cerne, é uma questão semiótica (Santaella, 2020, 2021) acabou por se transformar em questão jurídica em nosso país, no inquérito para a apuração de notícias falsas contra o Supremo Tribunal Federal (STF).

As questões em torno desse inquérito tinham como alvo pessoas ligadas ao governo que estava no poder até 2022., de resto pessoas suspeitas de envolvimento com uma rede de divulgação de ofensas, ataques e ameaças contra ministros da corte e seus familiares. Tudo isso se tornou muito aquecido em pleno ano de eleições, quando a ação das fake news tende a atingir seu ponto de paroxismo (Santaella e Röhe, 2024). A imprensa cotidianamente passou a noticiar os percalços desse inquérito cuja menção aqui comparece apenas como parte do panorama contextual que é necessário construir quando se trata de uma questão como a da disseminação das fake news. Isso posto, chegamos ao ponto em que se torna necessário penetrar no âmago das características semióticas que fazem das Fake News aquilo que as constituem.

4 Fake news ou desinformação

Antes de tudo, é preciso alertar para o fato de que as fake news não são tão óbvias quanto se pode pensar. Há ambiguidades que as rodeiam. Elas se distribuem em vários tipos (ver Santaella, 2021, p. 69-72). É certo que as fake news são irmãs siamesas da mentira. Mas nem todas as fake news se igualam simplesmente à mentira. Fake News são informações ou mensagens semioticamente produzidas para enganar. Não se engana o outro apenas com a mentira. Há várias formas e meios de

Dossiê Semiótica, Cognição e Comunicação

enganação. Por isso, quando falamos em fake news, temos que nos preocupar com o entendimento mais claro sobre seu funcionamento, caso contrário, a batalha contra elas pode se desviar do seu foco.

Há dois termos que podem se apresentar como sinônimos, mas não são: fake news e desinformação. Por que ambas são utilizadas mais ou menos no mesmo contexto? E quais são suas diferenças. Qual delas devemos escolher? São questões que reclamam por serem respondidas.

De um modo geral, a recusa do uso de fake news em prol de desinformação vem dos jornalistas. O argumento da recusa diz o seguinte: “se são notícias, não podem ser falsas. Portanto, se são falsas, não podem ser notícias.” No fundo, portanto, o que os jornalistas buscam com esse argumento é reivindicar a integridade da tarefa que lhes cabe como profissionais. Produzir notícias e zelar por sua fidelidade aos fatos é uma profissão, justamente aquela que compete ao jornalista desenvolver e por ela zelar. Para isso, é necessária uma formação específica que prepare a pessoa para fazer frente às tarefas, principalmente éticas, que isso envolve.

Entretanto, quando se fala em notícia e produção de notícia, há aí um problema semiótico que precisa ser exposto e explicitado. Ao reivindicar o valor da verdade factual, Arendt (1972) estava tocando precisamente nesse problema. Quando o jornalista produz a notícia, isso não pode jamais significar que ele também produz o fato de que a notícia decorre. Fatos existem, são fatos porque efetivamente ocorreram. Por isso, uma das modalidades do jornalismo consiste na investigação dos fatos. A outra é fazer do fato, daquilo que aconteceu, uma notícia. Ou seja, trata-se de traduzir o fato ocorrido em uma mensagem que chegue ao leitor de modo a favorecer a sua capacidade de compreender a realidade e formar uma opinião acerca dela, condição indispensável para que possa agir, na medida do possível e das condições em que vive, fazendo escolhas nessa realidade de modo

Dossiê Semiótica, Cognição e Comunicação

tão lúcido quanto estiver ao seu alcance. Aí está uma síntese daquilo que Arendt muito provavelmente concebia como verdade factual, ou seja, a construção da notícia comprometida com a verdade daquilo que acontece.

Há, entretanto, várias modalidades de notícias, desde a notícia que simplesmente relata os eventos no seu nu e cru, ou seja, em uma construção semiótica que chegue perto daquilo que Roland Barthes (1971) chamou de “grau zero da escritura”, algo certamente impossível, pois qualquer discurso tem sempre um caráter mediador. Embora impossível, entretanto, cumpre tornar aproximável, justo o que cabe à notícia realizar. Há também notícias em que o jornalista não oculta a sua interpretação do fato, algo que pode transparecer, em níveis menores ou maiores, nas marcas discursivas de personalidade.

Tendo se esclarecido, no limite da brevidade, o que se pode entender por verdade factual e notícia, fica também esclarecido por que os jornalistas sumariamente se opõem à confusão entre notícia e falseamento, dada a oposição sumária que deve ser estabelecida entre ser notícia e ser falsa, uma incongruência a ser denunciada.

Já em 2018, antes que as fake news tivessem atingido o teor diluviano que passaram a adquirir, a Unesco lançou um *Manual sobre Educação em Jornalismo*, que pode ser caracterizado também como uma complexa declaração de proteção aos jornalistas. No prefácio do volume, Berger (2018, p. 7) já torna claro que o termo “fake news” será evitado, pois, se “notícias” significam informações verificáveis de interesse público, então, as informações que não atendem a esses padrões não merecem o rótulo de notícias. O autor chama atenção para o papel desempenhado pelas fake news para danificar a credibilidade da informação que tem como pressuposto notícias cujos referente são

Dossiê Semiótica, Cognição e Comunicação

fatos reais. Aqui tomei a liberdade de mudar o fraseado do autor, pois nele faltava uma maior precisão semiótica relativa à diferença entre fato real e notícia crível. De todo modo, ao explicitar o seu entendimento de “desinformação”, Berger diz o seguinte:

[a desinformação é usada para] se referir a tentativas deliberadas (frequentemente orquestradas) para confundir ou manipular pessoas por meio de transmissão de informações desonestas. Isso geralmente é combinado com estratégias de comunicação paralelas e cruzadas e um conjunto de outras táticas, como hackear ou comprometer pessoas. O termo “informação incorreta” frequentemente refere-se a informações enganosas criadas ou disseminadas sem intenção manipuladora ou maliciosa. Ambos são problemas para a sociedade, porém a desinformação é particularmente perigosa pois é frequentemente elaborada, com bons recursos, e acentuada pela tecnologia automatizada. (Berger, 2018, p. 7).

Os problemas estariam relativamente colocados em seus devidos lugares, caso as informações que proliferam nas redes sociais não viessem mascaradas de notícias. No corre-corre intempestivo do seu uso da Web, os usuários não costumam ter em mente as características constitutivas da notícia, tal como ela é definida no âmbito do jornalismo profissional. Tudo chega como se fosse notícia, seja ela legítima, falsa, enganadora, ou seja lá o que for. As mensagens nas redes primam pela lógica da horizontalidade que apaga todas as necessárias diferenciações, especialmente entre aquelas que exibem garantias de credibilidade e aquelas que manipulam e distorcem a realidade dos fatos.

Não há como deixar de levar em consideração que as redes digitais vieram para embaralhar todas as cartas de todos os jogos. É certo que o jogo que costuma ter mais visibilidade é o jogo da política. Mas todos os outros são igualmente afetados, mesmo quando estão menos visíveis. As mudanças provocadas pela digitalização repercutem no universo do trabalho, naquilo que é chamado de transformação digital, regida pelo impasse empresarial entre digitalizar ou perecer. Repercutem

também na educação, embora esta sempre caminhe em passos mais lentos do que o mundo dos negócios.

Sem entrarmos por esses detalhes, existe uma transformação de raiz que reverbera em todas as outras: a transformação na própria linguagem humana que, desde a instauração do universo digital, passou a abandonar as formas sequenciais lineares de composição da mensagem, próprias do caráter discursivo da linguagem verbal, especialmente escrita, substituindo-as por formas reticulares de linguagem. Nestas a informação vai se compondo sob o agenciamento da interatividade do usuário nas redes ao colocar em prática a linguagem hipermidiática, quer dizer, a linguagem que se compõe de hibridismos multimidiáticos e de nós e conexões informacionais que se juntam aos saltos. Isso não é pouco, pois mudanças na linguagem são também mudanças cognitivas que afetam nossas formas de aprender, pensar, sentir e viver.

É nesse ambiente multifocado que também viceja a desinformação. Não há constatação mais perturbadora e inquietante do que aquela que nos coloca cara a cara com a questão de que a exacerbação quantitativa da informação, que pode ser qualificada como hiper informação (na qual o Google é exemplar) acabou por redundar no seu oposto radical: a desinformação. Mas há pontos e contrapontos em tudo.

5 Do jornalismo falseado ao jornalismo revigorado

Fica evidente que as informações mascaradas de notícias que proliferam nas redes acabam por dissolver, de um lado, as necessárias fronteiras entre o jornalismo profissional e, de outro lado, uma série de corruptelas que se fazem passar por jornalismo, mas não são outra coisa senão opiniões mal-informadas, leviandades voluntaristas, crenças sem fundamento, ignorância fantasiada de saber,

Dossiê Semiótica, Cognição e Comunicação

enfim, as modalidades são muitas e se reinventam a cada dia. Muitas delas são devidas à necessidade humana, demasiadamente humana, de colocar à mostra o que se pensa, mesmo quando o pensamento não encontra qualquer respaldo na realidade. Outras informações brotam da arrogância de um suposto saber vazio de conhecimentos. Ainda outras resultam da praga maior que afeta as redes e que costuma ser chamada de narcisismo, mas que, na verdade, se aproxima de um exibicionismo patológico.

Tais constatações podem nos levar a crer que, em tal cenário, não haveria mais lugar para o jornalismo saudável. Tanto quanto posso ver, entretanto, estamos assistindo a uma reviravolta que traz à tona a relevância do papel das fontes noticiosas confiáveis, um papel que havia sofrido alguns abalos em uma conjuntura distinta e um pouco anterior à emergência das fake news. Refiro-me aos movimentos no Brasil que ficaram conhecidos como Jornadas de Junho-2013, turbinadas pelo Movimento Passe Livre.

Naquele momento, uma avalanche de matérias jornalísticas, de entrevistas com especialistas, artigos nas redes e em blogs emergiu *pari passu* ao estado febril dos fatos. Entre esses artigos, vale a pena trazer à baila pelo menos dois que endereçaram suas análises para uma questão que caminha na direção daquilo que pretendo aqui levantar. Um dos artigos foi assinado por Lara Resende (2013), no qual o autor colocou em relevo o mal-estar popular em relação àquilo que naquele momento passou a receber o nome de mídia convencional, grande mídia ou mídia tradicional. Esses adjetivos eram devidos ao fato de que, foi por essa época que, pelo menos no Brasil, a internet e as redes sociais despontaram como novas mídias na sua capacidade de noticiar o corpo a corpo dos acontecimentos com muito mais rapidez e eficácia do que as mídias noticiosas tradicionais.

Lara Resende percebeu com agudeza as trapalhadas canhestras da mídia convencional diante do ardor dos fatos que, segundo sua análise, não passavam de trapalhadas devidas à falta de percepção de que o debate público havia se deslocado das esferas tradicionais da política para a internet e as redes sociais. Assim, por ser incapaz de avaliar a extensão da insatisfação que fervia nas redes, “a mídia transformou-se ela própria em alvo da irritação popular”. Ademais, enquanto a inépcia truculenta dos comandos policiais funcionava como munição intensificadora dos conflitos, as mídias alternativas emergiam como forma flagrante, de registro e discussão colada à carnadura da realidade.

Dois anos depois, em sua tese de doutorado, Prado (2015) realizou uma leitura crítica e avaliativa do impacto do ciberativismo sobre áreas do jornalismo que são afetadas por ele. Além de relatar os eventos dramáticos que tomaram conta do país, naquilo que a autora chamou de outono brasileiro de 2013, foram também discutidos os desafios e contradições da mídia *mainstream* frente às novas formas que as redes sociais possibilitavam de noticiar e documentar a febre da vida no ritmo do seu acontecer.

Vale a pena lembrar esses fatos e a presteza com que foram diagnosticados porque nos ajudam a perceber que foi a partir desse momento que se instaurou uma oposição entre as mídias noticiosas tradicionais e as novas mídias que despontavam competitivamente com capacidade noticiosa distintiva. É certo que, na mesma temporalidade em que os movimentos sociais de rua feneciam, as contradições das mídias digitais também emergiam. O imbróglio era bem embaraçado. De um lado, iam cada vez mais se descumprindo e sendo frustradas as promessas de desenvolvimento de formas renovadas de veiculação de notícias pelas redes sociais. De outro lado, as agências noticiosas da grande mídia (na realidade, as mídias que vinham da tradição da cultura de massas) saíam do

imbróglio com uma certa perda de prestígio, para não dizer, de credibilidade. Mas o mundo dá voltas enquanto rolam as águas.

Uma coisa é certa: as agências convencionais de notícias saíram chamuscadas daqueles episódios. Enquanto isso, as redes sociais que prometiam tanto, iam igualmente traindo as expectativas, por tomarem um rumo que desembocaria na pós-verdade e fake news tal como foi diagnosticado em 2016, até alcançar a voragem atual da desinformação. É justo neste ponto que se deu a reviravolta. Diante da perda de parâmetros da informação confiável nas redes, o jornalismo profissional revigorou-se nas suas reivindicações até o ponto de estar se transformando, cada vez mais, em um refúgio para aqueles que prezam a verdade factual.

É importante marcar a distinção entre, de um lado, o jornalismo profissional, no sentido de formação necessária para exercer uma tarefa de cunho público e para o bem público em prol da democracia e, de outro lado, o jornalismo fake, aquele que se faz passar por jornalismo para enganar os incautos. Essa distinção é importante porque de 2013 para cá, as prévias fronteiras entre mídias convencionais e quaisquer outros tipos de mídias foram se dissolvendo. A tendência para as misturas, em um universo heteróclito de múltiplas plataformas, aplicativos, desdobramento de telas e de fluxos contínuos de *stream*, não está mais admitindo as estratificações das mídias. Os novos fios condutores encontram-se na conectividade informacional que pode se dar com os mais diferenciados dispositivos, em quaisquer lugares. Ou seja, saltamos para um outro patamar no qual diferenciar as árvores na floresta da informação torna-se crucial. Para isso, entretanto, entrou em cena um complicador: a desinformação e o papel que desempenha na obstrução e obliteração da realidade, quer dizer, daquilo que efetivamente ocorreu, provocado pelas mensagens enganosas.

6 A desinformação e a obliteração da realidade

Retorno à ênfase na diferença que deve ser estabelecida entre fake news e desinformação. Uma diferença que vai além da mera predileção, por quaisquer razões, pelo uso de uma ou de outra. Em seu sentido semiótico fake news significa notícias falsas, quer dizer, feitas para enganar. Portanto, quando falamos em fake news, estamos falando do tipo de notícia em si que, traindo o que deveria ser notícia, reverte-a em falsidade. “Falsa” funciona, portanto, como um atributo negativo de notícia. Desinformação, por seu lado, apresenta um sentido distinto. Tanto é assim que se pode também dizer que as fake news são feitas para desinformar. Mas o que significa informação e seus verbos correlatos – informar e desinformar?

Informação, no seu sentido original, é compreendida como uma grandeza física que não tem nada a ver com o universo dos significados que costumamos dar às palavras quando nos comunicamos (ver Gleick, 2013). Por isso, em nossas conversações e discursos, a palavra informação está carregada de ambiguidades. Se perguntarmos para as pessoas o que elas entendem por informação, as respostas só irão confirmar a vagueza com que é empregada. Ou seja, toma-se a palavra como compreendida, mesmo tendo dela uma compreensão opaca. Em que sentido a palavra é tomada? Como sinônimo de saber, de conteúdo, de conhecimento, de mensagem, de tema, de assunto? Existem textos conceituais voltados para a discussão dessa questão, mas este não é o momento para seguir nesse caminho. O problema está colocado como um sinal de alerta relativo à nebulosa semântica que o termo “desinformação” empresta de seu antônimo “informação”.

De todo modo, subsiste uma certa camada de compreensão que permite que ideias sejam trocadas quando a palavra “desinformação” é mencionada e seus efeitos discutidos. É isso que

possibilita que a análise aqui pretendida possa ser conduzida com o pressuposto de que estamos, de saída, relativamente nos entendendo sobre a ideia que temos do sentido de informação. Contudo, não se pode desconsiderar que a desinformação não se limita ao campo da notícia. Trata-se de um fenômeno mais amplo cuja discussão nos levaria à área da filosofia da linguagem, o que igualmente não vem ao caso nos limites deste artigo (ver Santaella, 2023).

Assim, ficamos por enquanto com a compreensão de que desinformação situada é desinformação no contexto das fake news, pois é justamente nesse contexto que a desinformação diz respeito ao efeito interpretativo que é produzido naquele que tem acesso e recebe fake news. Em outras palavras, as fake news funcionam como mediadoras para levar o intérprete a crer naquilo que não é, em que “aquilo que não é” significa aquilo que não corresponde à realidade dos acontecimentos e da conjuntura dos acontecimentos. Portanto, desinforma a respeito de quê? Ainda no contexto das fake news, ou seja, da perversão da notícia, seguindo o pensamento de Arendt (1972), desinformar significa desvirtuar, desviar, enviesar, trapacear, mascarar, tripudiar a verdade factual. Com isso, a realidade dos fatos é apagada e substituída pela crença em outra realidade que nunca existiu. É por isso que falar em “realidade alternativa” não passa de um subterfúgio cujo alvo é confundir, equivocar, atordoar como se os acontecimentos pudessem existir ao sabor de nossas fantasias.

Além de tudo isso, há ainda um outro problema adicional: o volume e a velocidade com que as fake news são disseminadas à maneira de um dilúvio. Isso é alcançado por meio de *bots*, que, com os sistemas de inteligência vêm se tornando cada vez mais eficazes, levando à constituição de uma indústria do engano e da desinformação. Aquilo que havia começado à maneira de enxurradas, avolumou-se até virar um dilúvio.

7 O dilúvio de desinformação

O campo dos *bots* é chamado de automação robótica de processos (RPA). Eles são robôs de *software*, programas de computador que usam técnicas de IA e rodam na internet para realizar tarefas repetitivas e automatizadas. Ou seja, interagem com os aplicativos exatamente como um ser humano faria (Taulli, 2020, p. 121). Eles podem ser usados de maneira inofensiva ou criminosa, como no caso das fraudes e das fake news. Um exemplo simples que parece inofensivo, mas não é inteiramente, é o caso da *timeline* do Facebook. Graças à automatização de um robô que controla o *feed* de notícias, não temos que nos dar ao trabalho de visitar cada página, grupo ou amigo para saber quais são as últimas fotos, notícias ou postagens. O robô algorítmico faz isso para nós com a maior presteza e precisão. Parece oportuno, mas produz um efeito colateral, aquele de nos manter constantemente na mesma bolha de nossas predileções.

Da família dos *bots* são os *chatbots*. Estes vão tão longe a ponto de simular a fala humana e com os quais podemos conversar. Sua popularidade cresceu especialmente no mundo empresarial porque automatizam o atendimento ao cliente para dar informações sobre seus serviços (especialmente quando esses serviços falham), também para vender produtos, entregar conteúdo etc. Eles nos servem muito bem até o ponto em que você precisa de uma informação que não está no programa. Mas esse caso não tem outra consequência a não ser a irritação que produz em nós. Consequência inteiramente nefasta, contudo, vem dos *bots* que são produzidos para nos enganar.

Por serem automatizados, os *bots* atingem as pessoas em uma velocidade de 2 a 10 segundos. No caso das notícias enganosas, isso provoca um efeito dominó: quanto mais pessoas têm contato com elas, mais essas pessoas vão acreditar em sua veracidade sendo levadas a compartilhá-las. Além

disso, dado o fato de que as fake news têm sempre um toque sensacionalista, elas exercem um poder de atração muito maior do que as notícias verídicas. Tal constatação leva a concluir que o fator humano contribui grandemente para a propagação da mentira, infelizmente.

De 2022 para cá, a manufatura das fake news, e pior ainda, das deep fakes ganhou intensidade e aumento de sua periculosidade depois do advento dos algoritmos de Inteligência Artificial Generativa, cujos efeitos já transparecem a olhos vistos no ChatGPT. Mas essa é uma questão que ganha novas complexidades que exigem um tratamento à parte que não cabe no espectro deste artigo, ficando para outra ocasião. Mas resta aqui uma questão importante a ser tratada.

8 O que fazer?

Existe uma enorme preocupação em muitos setores da sociedade relativa à busca de modos de estancamento do dilúvio. A preocupação tem levado a ações concretas. Desde 2018 começaram a se desenvolver agências de checagem que funcionam como um contrapeso e uma barragem contra os malefícios.

As principais agências no Brasil são a *Lupa*, que existe desde 2015 e é membro do *International Fact-Checking* (IFCN), fundado pelo *Poynter Institute*, uma organização de jornalismo sem fins-lucrativos dos EUA. Também fundada em 2015, *Aos Fatos* acredita no jornalismo independente e conta com o financiamento de apoiadores que se constituem à maneira de um *crowdfunding*. *Fato ou Fake* é um serviço oferecido pelo grupo Globo, voltado para a apuração de notícias muito compartilhadas nas redes sociais. *Comprova* surgiu do jornalismo colaborativo para combater a desinformação. Ela é financiada pelo *Google News Initiative* e pelo *Facebook Journalism Project*. Interessa notar que essas agências também fazem uso de *bots*, mas para o trabalho reverso de proteção contra as Fake News.

Certamente, é enorme a relevância dessas agências e outras similares para o exercício da tarefa de barragem. Contudo, as ciladas da desinformação são ardilosas, de modo que o trabalho desempenhado pelas agências deve ser acompanhado por uma educação midiática que prefiro chamar de educação para e nas redes.

De fato, as medidas devem ser multisetoriais e multifacetadas. Entre elas, destaca-se a necessidade de leis de regulamentação também de várias ordens, desde as leis que regulamentem o funcionamento das plataformas de redes sociais com rigor, também leis capazes de prever os riscos e externalidades negativas da Inteligência Artificial, acompanhadas de leis de proteção dos direitos humanos. Para isso, tornam-se necessárias equipes interdisciplinares, pois são muitos os impasses que devem ser enfrentados para a implementação dessas leis. Não é por acaso que o tema tem ocupado a atenção cuidadosa da União Europeia e de outros centros do mundo atentos ao problema.

O que não pode ser desconsiderado, porém, são as condições brasileiras na luta contra a obliteração da realidade, pois o Brasil apresenta características que nos são peculiares. Essas características têm o nome de “mazelas da educação”. A desinformação se alastra em nosso país pela força do contágio da ignorância (Santaella, 2021). Embora não falem frentes de batalha especialmente diante do cenário que se delineia, a frente maior deveria vir da educação, da formação educacional capaz de desenvolver mentes capazes de julgar e escolher a partir de estratégias reflexivas. Mas essa não é uma conquista a curto prazo. Ela depende de uma série de fatores que consigam livrar o país da tragédia, para usar a palavra que lhe cabe, das endêmicas mazelas da educação.

Para que não fiquemos no mero uso de palavras, basta citar algumas estatísticas, extraídas há poucos anos, capazes de nos revelar as principais razões do poder hegemônico com que a

Dossiê Semiótica, Cognição e Comunicação

desinformação acabou por se instalar no país. Há 81 milhões de brasileiros e brasileiras que não completaram o ensino médio. Aí se incluem de 13 a 14 milhões de analfabetos, chamados de analfabetos iletrados, segundo o IBGE e uns 49 milhões de analfabetos funcionais – pessoas que concluíram o ensino fundamental, mas não sabem ler e escrever (Gadotti, 2019). Há outras estatísticas tão espantosas quanto essa e mais atualizadas, assim como há muitas palestras, hoje acessíveis no YouTube, proferidas por admiráveis educadores que assumem como sua tarefa o não ocultamento dos fatos diante do fato maior de que a miséria educacional produz como subproduto a ignorância autocomplacente.

Referências

- Alecrim, E. (2018). *A controvérsia dos 50 milhões de perfis do Facebook manipulados pela Cambridge Analytica*. Tecnoblog. <https://tecnoblog.net/236612/facebook-cambridge-analytica-dados/>.
- Arendt, H. (1972). Verdade e política. In Arendt, H. *Entre o passado e o futuro* (pp. 282-325), Perspectiva.
- Barthes, R. (1971). *O grau zero da escritura*. Cultrix.
- Berger, G. (2018). Prefácio. In C. Ireton, & J. Posetti. *Jornalismo, Fake News & Desinformação*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>.
- Bucci, E. (2019). News não são fake -- e fake news não são news. In Barbosa, M. (org.). *Pós-verdade e fake News. Reflexões sobre a guerra das narrativas* (pp. 37-48). Cobogó.
- Gadotti, M. (2019, dez.) Educar para Transformar. *Revista E. Sesc*, 6(26), 11-15.
- Gleick, J. (2013). *A informação. Uma história, uma teoria, uma enxurrada*, Augusto Calil (trad.). Companhia das Letras.
- Kaufman, D. (2022). *Desmistificando a inteligência artificial*. Autêntica.
- Lara Resende, A. (2013). *O mal estar contemporâneo*. Simon's site. <http://www.schwartzman.org.br/sitesimon/?p=4540&lang=en-us>.

Dossiê Semiótica, Cognição e Comunicação

- Mello, P. C. (2020). *A máquina do ódio. Notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. Companhia das Letras.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin UK.
- Pereira, H. P., Prado, J. L. A., & Prates, V. (2022). *Comunicação em rede na década do ódio. Afetos e discursos em disputa na política*. Estação das Letras e Cores Ed.
- Prado, M. (2015). *Ciberativismo e noticiário. Da mídia torpedista às redes sociais*. Alta Books.
- Santaella, L. (2018a). *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Estação das Letras e Cores Ed.
- Santaella, L. (2018b). Do clímax ao anticlímax das redes sociais. In P. Ferrari. *Como sair das bolhas* (pp. 15-27). EDUC.
- Santaella, L. (2020). A semiótica das fake news. *Verbum*, 9(2), 9-25.
- Santaella, L. (2021). *De onde vem o poder da mentira?* Estação das Letras e Cores Ed.
- Santaella, L. (2023). Definir desinformação é preciso. In L. Santaella. (Org.). *Flagelos da desinformação*. (1ed., pp. 25-54). EDUC.
- Santaella, L. (2024). Bolhas algorítmicas e a semiótica psicanalítica das crenças. In L. Santaella. (Org.). *O mal-estar da cultura revisitado* (pp. 201-214). Estação das Letras e Cores ed.
- Santaella, L., & Röhe, A. (2024). Prognósticos das deepfakes na política eleitoral. *Organicom. Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, 21(44), jan./abr. <https://dspace.almg.gov.br/handle/11037/54900>
- Schulz, P. (2021, 6 out.). Os falsos protocolos dos experts de plantão. *Comciencia*, Dossiê Fake News 230.
- Silva, B. F.; & Bellas, P. (2021, 6 out.). A eleição das fake news: Larga abrangência de conteúdo falso direciona disputas políticas. *Comciencia*, Dossiê Fake News, 230.
- Taulli, T. (2020). *Introdução à inteligência artificial. Uma abordagem não técnica*. Apress, Novatec.