

# Vírus como metáfora: como as tecnologias digitais moldam uma pandemia paralela

*Virus as a metaphor: how digital technologies shape a parallel pandemic*

ANA BEATRIZ T. D. DUARTE

## RESUMO

Este artigo analisa a epidemia, metafórica, de desinformação no contexto da epidemia, literal, de Covid-19, ensejando uma revisão epistemológica do atual estado da comunicação pública. A desinformação, cuja definição é aqui revisada, tem origem analógica, mas ganha escala com a ajuda das redes sociais, ameaçando instituições iluministas como o jornalismo e a própria democracia. Por meio do estudo de caso relacionado à atual pandemia, primeira crise sanitária dessa proporção a encontrar um mundo em processo de digitalização, este artigo pondera a importância da mídia como instituição de mediação, aponta sua própria contribuição para a atual crise de desinformação e enumera possíveis soluções.

**Palavras-chave:** Desinformação, Mediação, Covid-19

## ABSTRACT

This paper analyzes the metaphorical epidemic of misinformation in the context of the literal epidemic of Covid-19, providing an epistemological review of the current state of public communication. The misinformation, whose definition is reviewed here, has analogical origin, but gains scale with the help of social networks, threatening illuminist institutions such as journalism and democracy itself. Through a case study related to the current pandemic, the first health crisis of this proportion to find a world in the process of digitalization, this article ponders on the importance of the media as a mediation institution, points out its own contribution to the current crisis of disinformation and lists possible solutions.

**Key words:** Disinformation, Mediation, Covid-19

## INTRODUÇÃO

A desinformação, qual uma epidemia, espalha-se por contágio. Nas palavras do diretor-geral da Organização Mundial de Saúde (OMS), é uma “infodemia”,<sup>1</sup> referindo-se não apenas à contaminação de informações erradas na comunicação pública sobre a pandemia de Covid-19, mas também à quantidade avassaladora de informações de toda a sorte e qualidade - o que, em si, já agrava o estado de insegurança e incerteza que o acontecimento, imprevisto, desconhecido e em escala global, inevitável e invariavelmente produziria.

Este artigo tem como ponto de partida essas duas epidemias sobrepostas: uma delas, metafórica, ironicamente aquela cuja existência nos é mais familiar e próxima; a outra, seu referente, uma novidade na história recente. O uso da doença como metáfora não é novidade, mas o caráter de viralidade concentra em si a descrição de toda uma nova era para a qual transicionamos: a das redes e da imaterialidade. Diante dela, a viralidade denotativa parece ser um perturbador recordatório da persistência do registro anterior.

A desinformação se espalha exponencialmente como vírus. O mesmo também é verdade para todo o fluxo informativo digital — como de fato ocorre com informações que se disseminam em rede até alcançar um grande público (em uma palavra, viralizam). Mas, aqui, reservamos a comparação para descrever aquela que, como a doença, possui potencial de malignidade.

O encontro dos dois vírus, o Sars-CoV-2 e a desinformação, nos servirá de laboratório para, neste exercício, reunir elementos que nos permitam vislumbrar o escopo e

---

<sup>1</sup> Tedros Adhanom Ghebreyesus, diretor-geral da OMS, disse, durante conferência sobre Segurança em Munique, em 15 de fevereiro de 2020: “We’re not just fighting an epidemic; we’re fighting an infodemic.”

a escala do fenômeno desinformativo para além de sua aplicação ao campo médico-sanitário. Assim, o caso nos serve de mero pretexto para uma revisão epistemológica do atual estado da comunicação pública.

O tópico tem ganhado mais atenção no campo das ciências políticas, uma vez que tem nela sua origem e seu fim. Não é diferente no caso da atual pandemia, também capturada pela agenda partidária. A desinformação sobre saúde, no entanto, não se resume à pauta política — ou mesmo da biopolítica —, somando a ela motivações comerciais ou de *status* pessoal que, a uma só vez, alimentam e intensificam a descrença na ciência. E ainda retroalimentam os níveis de contaminação, uma vez que desencadeiam consequências diretas na escolha de comportamentos individuais que afetam todo o coletivo, como o isolamento social e a vacinação, podendo dificultar a adesão em massa às medidas relacionadas à saúde pública.

Acreditamos que este seja um tema de atualidade e relevância incontestes. A Comissão Europeia chegou a considerá-lo “a doença do século”, destacando que todos os esforços para combatê-la “nunca serão suficientes” (MARK ZUCKERBERG & THIERRY BRETON, 2020).<sup>2</sup> De fato, a quantidade e a velocidade de informações potencialmente danosas, produzidas e reproduzidas nas redes sociais sem que consigamos identificar o que é verdadeiro e o que é falso, é algo sem precedentes. E as tentativas de contenção são custosas e demoradas, tendo capacidade bastante limitada para fazer frente a movimentos orquestrados multiplicados com a ajuda de inteligência artificial.

As mídias digitais, que trouxeram, em sua origem, a esperança da utopia da plena capacidade de exercício do processo democrático, em que a participação política é aberta e acessível a toda a população, agora são vistas como uma ameaça à democracia e a suas instituições e, em última instância, à própria vida em sociedade, baseada na habilidade relacional do ser humano (FUCHS, 2020, p. 377).

O advento de novas tecnologias de comunicação tem mesmo o particular potencial de provocar desordem. A escalada de desinformação é, talvez, um efeito colateral das invenções tecnológicas, condicionadas pela sociedade em que se inscreve (BARBER, 1998). Ela é o avesso da era da informação. Não decorre do modo digital, mas sua nova escala transforma sua natureza: dilata em volume, sofisticação e poder destruidor, forçando uma reflexão sobre o novo fluxo de produção de conhecimento e a própria redefinição dos papéis de antigos atores do modelo.

---

<sup>2</sup> Essa fala está situada ao redor dos 37 minutos de gravação.

É algo razoavelmente novo, e a aplicaremos aqui a algo novíssimo. Por tratarmos de assunto no calor dos acontecimentos, será um esforço inevitavelmente incompleto e inconcluso. Ainda assim, esperamos que este pequeno recorte de ideias, pesquisas e fatos reunidos possa vir a abonar o debate.

## DESINFORMAÇÃO: UMA QUESTÃO SEMÂNTICA

A desinformação é um tema já longevo da ciência da comunicação. Boatos, manipulações e sensacionalismos são tão antigos quanto os próprios *media* — e, por isso mesmo, tema recorrente de reflexão. Mas 2016 é um divisor de águas nesse campo: inaugura percepção de uma epidemia de desinformação. Foi o ano das eleições que levaram Donald Trump à liderança da maior potência do planeta e também o do referendo popular que definiu a saída do Reino Unido da União Europeia. Em comum, além das pautas conservadoras, o fato de ambas as votações terem sido contaminadas por notícias inventadas, que circularam em massa em redes sociais digitais e plataformas de mensagens pessoais, direcionadas por estratégias de marketing e possibilitadas pelo roubo de dados pessoais (BUCCI, 2018; FIGUEIRA E SANTOS, 2019). A esse fenômeno batizou-se de *fake news*.

Embora popularizado dentro e fora da academia, o termo perdeu, desde então, sua eficiência comunicativa, por se referir a uma gama heterogênea de fenômenos, de grau e gênero variados, sendo um significante de múltiplos referentes. O alargamento de seu uso acabou por esvaziar seu conteúdo: capturado pela polarização político-partidária, é hoje acionado indistintamente por representantes de todo o espectro ideológico como significante vazio e negativado para se referir a ideias defendidas ou veiculadas pelo polo oposto, atribuindo à expressão, assim, significado *ad hoc*.

São do mesmo universo semântico, embora com variações na intensidade e na intenção, expressões como “desordem informacional”, “poluição” da informação, “infodemia”, ou, ainda, “fatos alternativos”, expressão, apesar de imbuída de ironia, não raro percebida de modo literal. Versões mais antigas do estudo da perturbação informativa, embora se constituam em uma crise de natureza distinta, incluem: “cacofonia”, “barriga (no jargão jornalístico para erro), “factoide”, “ruído”.

Mas “fake news” foi o termo com que a questão se popularizou. Não à toa o dicionário Collins de língua inglesa escolheu a expressão como palavra do ano de 2016.

Claire Wardle (2017) é uma das autoras que rejeita seu uso, uma vez que

Não se trata apenas das notícias, mas de todo o ecossistema informativo. E o termo “fake” não é capaz de descrever a complexidade dos diferentes tipos de falhas (o compartilhamento inadvertido de informação falsa) e de desinformação (a criação deliberada e o compartilhamento de informação sabidamente falsa) (WARDLE, 2017 tradução nossa).<sup>3</sup>

De fato, não se trata de “notícias falsas”. Poderiam ser “falsas notícias”, mas ainda seria um uso inadequado. Para começar, uma das piores qualidades da expressão é fazer acreditar que seu objeto é o jornalismo ruim, desviante ou mal executado. Esse é, inclusive, o modo como o presidente americano, Donald Trump, a utiliza, em uma operação, própria dos autoritarismos, de apropriação do sentido de algo para fazer significar outra coisa. Ao contrário, defendemos, como Wardle, que “fake news” não são notícias, embora sejam apreendidas como tais — e este é o cerne do problema.

Como colocam Wardle e Derakhshan (2017),

O termo “fake news” também começou a ser apropriado por políticos no mundo todo para descrever organizações de comunicação social com cuja cobertura não concordassem. Desse modo, tem-se tornado um mecanismo por meio do qual os poderosos podem pressionar, restringir, diminuir e contornar a imprensa livre.” (WARDLE E DERAKHSHAN, 2017, p. 16, tradução nossa).<sup>4</sup>

Para além disso, a desinformação se transformou e se sofisticou desde 2016, e não já não abrange apenas emulações de notícias. Na origem, eram basicamente imitações de formato do jornalismo — mas não de seus procedimentos — espalhadas intencionalmente e em massa em vista de interesses particulares — financeiros, políticos, religiosos, ou até morais. Hoje incluem todo um repertório de táticas — passando pelo falso humor, falso documentário e falso depoimento, entre outras. Veiculam conteúdos de propaganda, de militância — com interesses últimos, portanto —, que podem ser falsos, descontextualizados, enganosos ou até verdadeiros.

Não são simplesmente mentiras, mas toda uma gradação de forjas, alterações e

---

<sup>3</sup> Texto original: “this is about more than news, it’s about the entire information ecosystem. And the term fake doesn’t begin to describe the complexity of the different types of misinformation (the inadvertent sharing of false information) and disinformation (the deliberate creation and sharing of information known to be false)”.

<sup>4</sup> Texto original: “[t]he term “fake news” has also begun to be appropriated by politicians around the world to describe news organisations whose coverage they find disagreeable. In this way, it’s becoming a mechanism by which the powerful can clamp down upon, restrict, undermine and circumvent the free press.”

distorções que se misturam a fatos reais, dificultando sua identificação (GOMES, 2019). Por isso, Wardle (2017) e Wardle e Derakhshan (2017) se dedicaram a criar uma rigorosa definição lexical e tipificação do fenômeno, de modo a embasar eventuais regulações ou medidas de responsabilização. De maneira mais ampla, os autores distinguem as informações em dois eixos — falsa/verdadeira e bem/mal intencionada — com seus cruzamentos (LEWANDOWSKY E COOK, 2020):

- Informação verdadeira e tida como bem intencionada: está, por óbvio, fora de questão, não fazendo parte do objeto de estudo.
- Informação verdadeira e considerada mal intencionada (*malinformation*): usada para intimidar por meio, por exemplo, da divulgação de dados pessoais ou íntimos.
- Informação falsa, mas considerada bem intencionada (*misinformation*): é o erro, o equívoco, a “barriga”, emitidos ou retransmitidos por desconhecimento ou ingenuidade.
- Informação falsa e tida como mal intencionada (*disinformation*): desinformação. Inclui, além de toda uma variedade de subtipos, as teorias da conspiração, que reúnem características como presença de argumentos contraditórios, crença de que se é vítima de perseguição de que os governantes sempre têm interesses ocultos.

Esses conteúdos podem ser veiculados em texto, imagem, vídeo ou áudio. Os memes, inclusive, são um vetor poderoso de informação e de desinformação, uma vez que têm difusão privilegiada em ambiente digital. As mídias também podem ser combinadas desconectadamente ou descontextualizadamente, de modo a criar uma mensagem falsa ou enganosa por meio de peças legítimas.

Essa é uma das possibilidades de manifestação da desinformação listadas pelos autores em um quadro de tipos mais detalhados. São eles:

- Sátira
- *Clickbait*s: são uma espécie de caça-níqueis; conteúdo criado para atrair o clique, que será remunerado por publicidade; usam títulos sensacionalistas ou que não correspondem ao conteúdo.
- Conteúdo enganoso: manipulações de falas ou dados.
- Contexto falso: conteúdo verdadeiro atribuído a um contexto diferente.

- Conteúdo impostor: emissor se faz passar por outra pessoa ou instituição.
- Conteúdo fabricado: não possui qualquer referencial na realidade.
- Manipulação da mídia: por omissão ou outro tipo de edição.
- Erros da imprensa<sup>5</sup>.
- Intimidação: divulgação de informação verdadeira para intimidar.

Embora tenha o mérito de tornar o problema concreto e identificável em suas distintas formas e gravidades, essa sistematização pode acabar por prestar um desserviço para o jornalismo e para o humor. Diferenciar o erro jornalístico pode ser útil justamente para separá-lo do problema, não torná-lo parte dele. O humor, por sua vez, é de natureza ainda mais distante, embora a desinformação também o utilize como vetor.

Outros autores oferecem tipologias, ainda que menos complexas, restritas ao campo da má fé, da má intenção, da ação inescrupulosa deliberada. Iyengar e Massey (2019), por exemplo, em artigo sobre a crise desinformativa ligada à pandemia de Covid-19, citam uma em que *fake news* é apenas uma das categorias (ou formas) de informação enganosa (“*misleading information*”):

“Fake News”, que é a informação fabricada para mimetizar o conteúdo da imprensa tradicional mas pretende disseminar mentiras; “misinformation”, informação falsa ou enganosa emitida para causar alarme e confundir; e “disinformation”, informação falsa criada com a intenção de enganar. (IYENGAR E MASSEY, 2019, p. 7.657, tradução nossa).<sup>6</sup>

Notam-se, aqui, divergências sobre conceitos desenvolvidos por Wardle (2017). A própria dificuldade de nomear entrevê o tamanho do desafio em lidar com o tema desde o primeiro passo, que é delimitar o objeto.

Já Kalil e Santini (2020) enumeram cinco estratégias possíveis, incluindo as campanhas de intimidação por meio de conteúdo verdadeiro, e ainda conteúdos — verdadeiros ou falsos — criados exclusivamente para desviar a atenção de outro assunto qualquer. Aqui podem se enquadrar notícias “felizes” e positivas, inventadas ou não, usadas como iscas de cliques ou simplesmente para manipular as métricas de desempenho do debate

---

<sup>5</sup> Uso “imprensa” aqui como sinônimo de meios de comunicação social, ou mídia, ou, ainda, os *media*.

<sup>6</sup> Texto original: “Fake news, which is fabricated information designed to mimic mainstream media content but which in reality is designed to spread lies rather than truth; misinformation — false or misleading information put into circulation to cause alarm and confusion; and disinformation — false information that is circulated with the intention to deceive.”

em torno de determinado tema. É uma tática também usada em guerras ou por governantes populistas. Aqui se trata de uma atualização das técnicas de “agenda setting”, que manipula a percepção pública da realidade explorando mecanismos psicológicos do ser humano que o fazem seguir seu grupo social.

Além de intenções eleitorais, eles também se prestam a ganhos financeiros. Só na Europa, o Índice Global de Desinformação estima que os sites de desinformação recebem mais de 76 milhões de dólares por ano em anúncios (FAGAN e WRIGHT, 2020). A informação falsa, desse modo, não é mais um acidente, mas um modelo de negócios. São informações — deliberada, consciente e orquestradamente — criadas e transmitidas para enganar, causar confusão (e lucrar financeira ou politicamente com ela).

## ERA DA DESINFORMAÇÃO

Embora impulsionada pelas novas tecnologias digitais, a desinformação nasceu analógica. Ao longo da história da humanidade, é possível encontrar um sem número de relatos de fenômenos dessa natureza. Como exemplo anedótico, citamos uma situação que influenciou a história de uma das tragédias mais narradas de nossa história recente, da qual podem ter participado anônimos *trolls*<sup>7</sup>: o naufrágio do Titanic.

O rádio, novidade da época, não apenas não foi capaz de impedir o desastre, como pode ter interferido negativamente no processo de resgate de sobreviventes. Embora os cerca de 700 passageiros que se salvaram devam suas vidas à mensagem enviada pelo Titanic a outros navios, os quase 1.500 que não tiveram a sorte de esperar nos botes salva vidas talvez tivessem outro destino se os pedidos de alerta e de resgate não dividissem, à época, a mesma frequência com mensagens pessoais e radioamadores que, por vezes, deliberadamente, como no exemplo de *agenda setting* citado acima, a saturavam com mensagens falsas, uma das quais pode ter levado o New York Times a anunciar, no dia seguinte ao naufrágio, que todos os passageiros haviam sido resgatados e estavam fora de perigo (LASAR, 2011). O caso resultou na regulação da utilização das ondas de rádio após forte pressão da imprensa, cuja importância é, desde fins do século XIX, reafirmada como instituição pós-iluminista de arbitragem sobre a objetividade dos fatos, assumindo a função de uma espécie de tribunal público para disputa de opiniões.

---

<sup>7</sup> Usado aqui anacronicamente, refere-se a pessoas ou robôs que intencionalmente desestabilizam debates na internet.

Com a consolidação do sistema de democracia liberal ao longo do século XX, a imprensa se profissionaliza, amplificando sua eficiência como tecnologia social de mediação da esfera pública, uma conceituação de Jürgen Habermas (HABERMAS, 1962; BAPTISTA, 2019) e poder balizante do poder do Estado.

O jornal independente é essencial porque sem ele o julgamento e as análises desinteressados sobre a atuação do governo não podem ser oferecidos ao público. (LIPPMANN, 1926, p. 7, tradução nossa)<sup>8</sup>.

O jornalismo passa a ter nos fatos matéria-prima e na notícia, sua articulação. Os fatos, acontecimentos cuja realidade objetiva pode ser provada pela razão ou pela experiência (SODRÉ, 2019, p. 92), tomaram o lugar da opinião e da emoção, conferindo à instituição a credibilidade necessária ao desempenho de sua função pública. O ancoramento no fato permite ao jornalismo aumentar em escala e velocidade, e assim alcançar uma crescente massa de alfabetizados. O jornalismo, então, se industrializa. Não nos referimos à maquinaria que dinamiza seu parque gráfico, mas à criação de um método de produção (tributário do próprio modo de investigação científica), por meio de técnicas de construção de notícias e a especialização das etapas: da distinção da pauta à edição, passando pela apuração (coleta de dados), redação e checagens.

Embora tenha encontrado no escudo da (busca de) objetividade um modo industrial para distribuição, isolando os editoriais de opinião em espaços marcados (quase indistintos no ambiente cibernético), o jornalismo não pôde fugir de todo à subjetividade da formação do discurso. A filosofia do século XX deixa claro que o relato jornalístico não é uma realidade dada, mas uma representação possível do real. “Nada mais ‘fake’, portanto, que a pretensão de verdade absoluta da *news*” (SODRÉ, 2019, p. 100).

A imprensa nunca foi guardiã da verdade e da neutralidade, embora não raro desperte e até alimente essa expectativa<sup>9</sup>. É, por certo, uma realidade filtrada com base em critérios que privilegiam temas e excluem outros. Afinal, na democracia, a verdade precisa ser negociada. É este o papel da esfera pública: a “manufatura do consenso”, em expressão de Walter Lippmann (SÁ, 2019, p. 112). O que, sim, se pode defender é que, no jornalismo, a informação passa por outro tipo de filtragem que não leva em conta, na teoria, outra finalidade política que não a de formar a população para o debate público, reforçando o

---

<sup>8</sup> Texto original: “The independent newspaper is essential because without it disinterested judgment and disinterested analysis of the work of government cannot be obtained or brought before the public.”

<sup>9</sup> “A verdade faz-nos mais fortes. Escolha os factos”, diz o slogan do jornal Público, um dos mais importantes de Portugal.

princípio participativo da democracia. Porém, essa seleção não é negada, e é mesmo parte da própria condição da mediação.

Esse processo é invisível para quem lê — e é desenhado para assim o ser, reforçando a sensação de realismo. Assim, a “manipulação” realizada pelo jornalismo — checagem da veracidade dos fatos, presunção de que ele tem várias versões que devem ser ouvidas — seria, em teoria, benéfica para o corpo social, já que a ausência de mediação não é possível.

Informação bruta, não mediada, favorece a manipuladores que não escolhemos: a informação organizada como conhecimento nos permite escolher manipuladores com autoridade para isso. (...) Mediadores e *gatekeepers*, sejam eles editores, professores, pastores, romancistas, jornalistas ou filósofos, todos nos ajudam a entender o mundo: em uma democracia, eles são submetidos a controles democráticos e são responsáveis por aqueles a quem guiam. Podemos escolher quem exerce esse papel, os substituir se necessário, e aceitar ou rejeitar suas orientações se quisermos — não é obrigatório. Mas pensar que a democracia estará melhor com a eliminação dos mediadores é optar não pela liberdade, mas pela anarquia, e o terreno fértil que ela oferece aos verdadeiros manipuladores.<sup>10</sup> (BARBER, 1998, tradução nossa.)

Embora não coincida com o fato, uma notícia não é indiferente a ele. É uma construção balizada por códigos de produção e ética profissional. As balizas podem ocasionalmente ser transpassadas, mas permanecem marcações morais. Ultrapassá-las conscientemente é o que fazem as *fake news*, como também o faziam os “boatos” no passado e, ainda hoje, as distorções.

O capital foi visto durante muito tempo como antídoto para um alinhamento prevaricador com os poderes político-partidários. Mas a constituição de outros interesses minou a credibilidade dos *media*. A luta por audiência no rádio e na TV, em que o jornalismo divide espaço com o e se contamina pelo entretenimento, intensifica os casos de distorções ligadas a interesses comerciais diretos ou indiretos. A perda de credibilidade e a má reputação resultantes — de jornalistas e veículos em particular e, por contaminação, do jornalismo

---

<sup>10</sup> Texto original: “Unmediated, raw information lends itself to manipulators we do not choose: information organized as knowledge allows us to choose authoritative manipulators. (...) Mediators and gate-keepers, whether we call them editors, teachers, pastors, novelists, journalists or philosophers, all help us make sense of the world: in a democracy, they are brought under democratic controls and are accountable to those they guide. Either we can select and replace them or we can accept or reject their guidance at will - it is never compulsory. But to think democracy is better served by eliminating mediators is to opt not for liberty but for anarchy, and the fertile ground it proffers to the true manipulators.”

como um todo — concorreram para o sentimento de relativismo e descrença generalizados nas instituições que hoje se testemunha, contribuindo, assim, para sua própria degradação (FIGUEIRA E SANTOS, 2019).

Há um razoável consenso entre pesquisadores das ciências da comunicação de que o próprio jornalismo teria aberto caminho para o falso jornalismo, contribuindo para gerar indiferença aos fatos. O problema não seria o jornalismo mal feito; ao contrário, a “manipulação” do jornalismo muito bem executado foi o mais eficiente agente propulsor do cansaço e da descredibilização da imprensa — e, mais amplamente, da própria verdade. Mais que pelo erro jornalístico, a perda de credibilidade da instituição se teria dado em função das “omissões, seleções, enquadramentos, hierarquias de edição e até mentiras deslavadas” do jornalismo (SILVA, 2019, p. 36).

O advento da internet, das redes sociais e dos dispositivos móveis desconfigura esse arranjo de papéis. Com a queda de barreiras de acesso à produção de informação, qualquer pessoa passa a ser capaz de, facilmente, emitir e receber mensagens em rede. A comunicação pública, que era de massas, passa a ser “autocomunicação de massas” (CASTELLS, 2007, p. 239).

A esfera pública deixa de ter uma mediação centralizada; fica decretado o fim do monopólio dos *media* sobre a informação pública. Parecia ser um verdadeiro paraíso da democracia, com a possibilidade de hiperparticipação direta, sem mediação da elite intelectual. No entanto, se seu funcionamento favorece o indivíduo, ameaça o coletivo.

A mediação não deixa de existir, mas passa para outras mãos. Na lógica das redes, os indivíduos — “influenciadores” — substituem o papel da instituição como mediadores. O dispositivo para a formação de opinião pública não é mais a notícia, mas o entretenimento, a distribuição de “amor digital”, para agradar e se multiplicar, “ambientes de convivência onde são distribuídas recompensas na forma de amor digital e de formação de grupos identitários e de bolhas” (GOMES, 2019).

[Nas redes sociais,] as notícias circulam segundo os ditames do entretenimento, que se orientam exclusivamente por fontes pulsionais, sem as mediações da razão. (...) Esses registros da percepção e do sensível, que passam pelo desejo, pelo sensacional, pelo sentimental, proporcionam conforto psíquico aos indivíduos enredados em suas fantasias narcisistas (BUCCI, 2018, pp. 27-28).

Como atesta um experimento de Pennycook et al. (2020), o problema é que o ambiente das redes sociais “centra sua atenção em outros fatores que não a precisão (como, por exemplo, o *feedback* positivo que se vai receber)”. (PENNYCOOK et al, 2020, p. 3,

tradução nossa).<sup>11</sup>

Graças a essa produção em massa de dados que traduzem gostos, o chamado *big data*, a inteligência das plataformas digitais (os algoritmos) consegue desenhar nosso perfil de consumo e comportamento e nos direcionar informações com maior probabilidade de aderência.

Por si só, cada informação não diz muito. Mas, quando somadas centenas, chega-se a um resultado extremamente preciso. Kosinski, Stillwell e Graepel (2013), em pesquisa depois aplicada pela empresa Cambridge Analytica para influenciar as eleições de 2016 nos Estados Unidos, chegaram à conclusão de que apenas 68 curtidas são suficientes para se prever com 95% de precisão a cor da pele do usuário da rede social. Com 300 likes, é possível conhecer a pessoa mais do que ela própria (KOSINSKI, STILLWELL E GRAEPEL, 2013).

A circulação desse fluxo informativo é comandada, em ambiente digital, por guardiões não humanos. Os algoritmos são os novos *gatekeepers*. A esses programetes de computador<sup>12</sup> cabe a seleção dos conteúdos que serão vistos e distribuídos de acordo com as propensões emocionais de cada receptor.

Ao “tomarem decisões” de acordo com o passado registrado em uma miríade de pistas de preferências pessoais, os algoritmos reforçam padrões já existentes e constroem barreiras invisíveis entre os grupos tipificados, criando realidades paralelas que dificilmente se interpenetram no campo digital. São as chamadas bolhas, ou câmaras de eco, onde apenas se consegue ouvir a própria voz — ou a de pares —, criando uma norma intramuros protegida do contágio da diversidade. Esse é o efeito das câmaras de eco (PARISER, 2011). Nessas ilhas, apenas confirmamos nossas crenças entre iguais, reforçando inconscientemente nosso senso de pertencimento ao grupo. Quando uma informação nova ameaça esse conforto emocional, ela é rejeitada.

As tecnologias digitais não criam essa característica nas pessoas, mas permitem sua maximização. Está preparado, assim, o terreno perfeito para a disseminação de desinformação. Wardle e Derakhshan (2017) citam explicações neuropsicológicas para o viés de confirmação próprio dos humanos.

---

<sup>11</sup> Texto original: “focuses their attention on factors other than accuracy (e.g., amount of positive social feedback they will receive).”

<sup>12</sup> Embora não sejam neutros, tampouco são necessariamente criaturas malignas e abstratas, apesar da falta de compreensão e transparência sobre eles. Há também os “robôs do bem”, como o projeto Sleeping Giants, que avisa sobre anúncios postados em sites de duvidosa credibilidade. Ver: Queimaliños (2020).

Quando podemos escolher com quem nos conectar, tendemos a fazê-lo com quem tem opiniões semelhantes às nossas. Estamos programados para poupar esforço em “câmaras de eco”, que exigem menos trabalho cognitivo”. (WARDLE E DERAKHSHAN, 2017, p. 48, tradução nossa)<sup>13</sup>.

Nossas crenças, assim, por um lado nos atam uns aos outros, mas por outro nos tornam mais suscetíveis à adesão a ideias que as confirmem e reforcem, sobrescrevendo nosso sistema lógico-racional. Confortável e psicologicamente recompensado por “fatos alternativos” que modulam seu sistema emocional — ou seja, em suas bolhas —, o negacionista<sup>14</sup> não reconhece argumentos baseados na razão. Está imune a evidências.

Assim, informações comprovadas são tomadas como meras opiniões. Fuchs (2020) descreve esse momento, a que convençamos chamar de pós-verdade: ““Há uma descrença sobre os fatos e a racionalidade, e uma crença de que a verdade está no que é ideológica e emocionalmente favorável”. (FUCHS, 2020, p. 391, tradução nossa).<sup>15</sup>

Mas informações falsas só se tornam ameaças em escala. Sua disseminação se dá por contágio, na replicação espontânea por humanos ou por agentes não humanos. Os *bots*, ou robôs, são contas automatizadas com um papel-chave no agravamento da desordem informativa. Eles emulam a aparência e o comportamento humanos, pautando artificialmente um debate e a percepção de hegemonia de determinada visão — competindo também pela atenção da informação legítima.

A disseminação de mensagens e orquestração de campanhas online com o uso de automação e inteligência artificial tem consequências sociais, políticas e culturais relevantes: (a) sequestram a atenção da rede de usuários e ajudam a manipular os algoritmos das plataformas; (b) criam cascatas de informação que tendem a influenciar o comportamento de outros usuários por meio de contágio, (c) contribuem para a distorção e manipulação da opinião pública em constante construção e mutação; (d) pautam o debate e as conversações online e offline (KALIL E SANTINI, 2020, p. 8).

Um exemplo célebre da interferência determinante de robôs foi sua atuação durante o debate que antecedeu o referendo sobre a saída do Reino Unido da União Europeia, em

---

<sup>13</sup> Texto original: “When we have a choice about who to connect with or not, tend to establish and continue relationships with people who have views similar to our own. We are programmed to enjoy spending time in ‘echo chambers,’ as it requires less cognitive work.”

<sup>14</sup> Por exemplo, 7% dos brasileiros dizem acreditar que a Terra é plana (GARCIA, 2019) e 27% dos americanos não tomariam a vacina para a Covid-19 se existisse. (THIGPEN & FUNK, 2020).

<sup>15</sup> Texto original: “There is a distrust towards facts and rationality and a belief that truth is what one finds ideologically and emotionally agreeable.”

2016. Segundo pesquisa de Howard e Kollanyi (2016), 32% de todo o tráfego do Twitter sobre o referendo no Reino Unido foi gerado por *bots*.

Ao interferir em debates em desenvolvimento nas redes sociais, robôs estão atingindo diretamente os processos políticos e democráticos através da influência da opinião pública. Sua ação pode, por exemplo, produzir uma opinião artificial, ou dimensão irreal de determinada opinião (...). Assim, a atuação de robôs não apenas dissemina notícias falsas, que podem ter efeitos nocivos para a sociedade, mas também busca ativamente impedir que os usuários se informem de maneira adequada. (RUEDIGER, 2017, p. 10).

## EFEITO COLATERAL

Em março de 2020, centenas de pessoas morreram no Irã por intoxicação causado pela ingestão de metanol. Na mesma semana, torres de telefonia 5G começaram a ser vandalizadas no Reino Unido. Os dois acontecimentos aparentemente não relacionados têm em comum, no entanto, o mesmo tipo de motivação: notícias falsas ligadas à pandemia de Covid-19, responsável pela morte de centenas de milhares de pessoas até o momento e pela quarentena forçada de pelo menos um terço da população mundial (JANKOWICZ, 2020), algo provavelmente sem precedentes na história da humanidade.

Na Inglaterra, o estrago foi causado por uma teoria, com provável ligação com a corrida comercial entre EUA e China, divulgada pelas redes sociais ligando a presença da nova tecnologia, em funcionamento apenas em alguns países, a uma suposto favorecimento da capacidade de contaminação do vírus Sars-CoV-2, que provoca a doença (WARREN, 2020). Também foi das redes sociais que veio a falsa notícia de cura que levou parte da população do país islâmico, onde o consumo de álcool é proibido, a acabar envenenada após consumir bebida adulterada adquirida no mercado negro (TREW, 2020).

Pesquisadores da Universidade Carnegie Mellon descobriram que ao menos 45% dos usuários no Twitter falando sobre coronavírus entre janeiro e maio de 2020 eram prováveis robôs. Entre as mensagens identificadas, assuntos como cura, diagnóstico e medidas de prevenção. Algumas defendiam a origem artificial do vírus e a reabertura das atividades; outras espalhavam falsas notícias positivas, como a volta de animais a áreas urbanas (HAO, 2020).

A pandemia do novo coronavírus trouxe os estudos sobre *fake news* para o campo médico-científico. Embora a desinformação também não seja novidade nessa área, as novas estratégias descomunicativas fazem crescer significativamente sua periculosidade.

No passado, com a centralização dos meios de comunicação, o poder público concentrava o filtro sobre as informações científico-sanitárias. Um exemplo significativo é o da Gripe Espanhola, uma das mais devastadoras da história recente. As notícias só chegaram a público quando já se configurava uma epidemia. O mundo estava mobilizado pela Primeira Grande Guerra, e os Estados cuidavam para que os jornais não influenciassem o armistício. A Espanha, neutra na Guerra, não tinha razão para o bloqueio informativo, e por isso acabou erroneamente percebida como local de origem da nova praga (REBELO DE ANDRADE E FELISMINO, 2018). Já em plena epidemia por toda a Europa, quando o controle total da imprensa já não era possível, as autoridades lançaram mão de outros recursos desinformativos, como a determinação de que “os sinos das igrejas deixassem de tocar nos funerais” para modular a percepção da população sobre o número de mortes (SOBRAL E LIMA, 2018, p. 60).

Em regimes democráticos, com menor grau de censura, o maior foco de preocupação de cientistas em relação à comunicação da ciência passou a uma possível perda de correção na transliteração da mensagem para a linguagem não técnica. Mas as primeiras décadas do século XXI trouxeram novos e vultosos desafios para a comunicação da ciência: a profusão de casos de falsa ciência, que encontra campo fértil para difusão nos meios digitais, e o negacionismo para o qual a concorrência de novas narrativas colabora.

(...) a comunicação mal feita não é mais o principal problema. A falta de confiança na ciência e a falta de compreensão sobre o conhecimento científico não derivam tanto de problemas de comunicação, mas de informação enviesada e enganosa com ampla circulação (...), muitas vezes deliberadamente emitidas por atores inescrupulosos com motivações escusas. O xis da questão é que a mídia e a política (...) se transformaram dramaticamente nas últimas três décadas, de uma tal maneira que dificulta a concretização de uma comunicação efetiva. (IYENGAR E MASSEY, 2019, p. 7.656, tradução nossa).<sup>16</sup>

Se, em 1918, uma verdadeira guerra das narrativas científicas das descobertas se travou em arena aberta, nas páginas dos jornais — à época, a única mídia de comunicação em massa (REBELO DE ANDRADE E FELISMINO, 2018) —, em 2020 a batalha se deu

---

<sup>16</sup> Texto original: “(...) faulty communication is no longer the core of the problem. Distrust in the scientific enterprise and misperceptions of scientific knowledge increasingly stem less from problems of communication and more from the widespread dissemination of misleading and biased information (...) often inserted deliberately by unscrupulous actors with ulterior motives. The crux of the matter is that the media and political environments (...) have changed very dramatically over the past three decades in ways that impede effective communication.”

em novos meios.

Dois casos ilustram particularmente a disputa pelo *status* de ciência que acaba por minar por dentro sua credibilidade. O primeiro foi uma pesquisa sobre a hidroxicloroquina, usada em alguns países como tratamento para a Covid-19. A OMS chegou a desaconselhar o uso da substância e cancelar testes depois que o estudo, publicado por duas das mais prestigiadas revistas acadêmicas do planeta, *The Lancet* e *The New England Journal of Medicine*, e após revisão por pares, mostrou sua suposta ineficiência. A pesquisa, porém, foi questionada por cientistas do mundo inteiro e, então, marcada como inválida pela *The Lancet*.<sup>17</sup> A empresa responsável pela base de dados que gerou o erro está sendo investigada por farsa científica (DAVEY et al, 2020).

O segundo caso foi protagonizado pela cientista Judy Mikovits, ex-pesquisadora do Instituto Nacional do Câncer dos Estados Unidos. Em “Plandemic: The Hidden Agenda Behind Covid-19”, um pseudodocumentário assistido por 8 milhões de pessoas, ela garante que o novo coronavírus é fabricado, que tomar vacina contra a gripe comum aumenta em 36% sua chance de pegar o Sars-CoV-2 e que o vírus é ativado com o uso máscaras faciais (FUNKE, 2020). O conteúdo foi retirado do ar, por ser identificado como teoria da conspiração, tipo de desinformação que reúne características como argumentos contraditórios e a alegação de perseguição por revelar “a verdade” sobre a “agenda oculta” dos governos (LEWANDOWSKY E COOK, 2020).

Por outro lado, o próprio desconhecimento sobre uma nova doença é motor de boatos e especulações, até que as descobertas científicas se consolidem. Uma doença nova traz muitas novas perguntas, com respostas não tão rápidas ou unívocas quanto requer a expectativa humana, mal acostumada à velocidade dos novos tempos digitais. A ciência é um processo; precisa de tempo. A desinformação é veloz. E as respostas “alternativas” podem ser mais reconfortantes e gerar mais recompensas mentais.

Uma frente de combate à desinformação veio de seus principais hospedeiros. Facebook, Google, LinkedIn, Microsoft, Reddit, Twitter e YouTube declararam esforços conjuntos para combater fraudes. O Facebook criou uma área no topo de todas as páginas para o acesso fácil a informações dinâmicas e recursos sobre a pandemia. O aplicativo WhatsApp, que pertence ao Facebook, limitou o número de encaminhamentos de

---

<sup>17</sup> Conforme se pode ver na página da publicação:

[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)31180-6/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)31180-6/fulltext).

informações. O Twitter anunciou que se basearia nas informações de fontes “confiáveis” como autoridades de saúde para classificar as informações (SKOPELITI & JOHN, 2020).

De acordo com a política divulgada pelas empresas, usuários que receberam ou emitiram informações comprovadamente erradas seriam notificados. Algumas postagens foram apagadas ou receberam etiquetas de alerta sobre uma possível falta de veracidade ou conformidade com os conhecimentos científicos (BBC NEWS, 2020). Mas uma pesquisa em abril de 2020 mostrou que cerca de 50% do conteúdo analisado em idiomas que não o inglês, já com um grande número de compartilhamentos, ainda não havia recebido qualquer tipo de tratamento por parte do Facebook (AVAAZ, 2020).

O Twitter, o Facebook e o Instagram chegaram a apagar conteúdos do presidente do Brasil, Jair Bolsonaro (G1, 2020), cujo mandato pode ser cassado em decorrência de uma ação que denuncia uso coordenado de *fake news* durante a campanha eleitoral. O Congresso brasileiro também constituiu uma comissão parlamentar especial para investigar o caso.

Em maio de 2020, o Twitter identificou uma postagem do presidente Donald Trump como falsa (WONG & LEVINE, 2020). E o próprio presidente foi alvo de um esquema de distribuição de mensagens falsas sobre o fechamento do país impulsionadas por agentes chineses que, segundo descobertas da inteligência norte-americana, estariam interessados em minar a confiança da população no presidente na condução da crise (WONG et al, 2020).

A pandemia foi incontestavelmente capturada pela agenda política de várias lideranças em torno de medicamentos, competições comerciais, disputas por hegemonia. A existência ou gravidade da epidemia chegou mesmo a ser negada (BENITES & BETIM, 2020). A epidemia metafórica, assim, traduziu-se em uma verdadeira guerra de narrativas que, assim como a literal, matou milhares de pessoas que poderiam ter sido poupadas.

## **VACINA**

Como as instituições democráticas, baseadas em processos que demandam tempo de debate e amadurecimento, poderão sobreviver à ameaça da desinformação? O antídoto mais recomendado tem sido o próprio jornalismo: para combater o falso jornalismo, o jornalismo “verdadeiro”.

Para fazer frente à crise desinformativa na pandemia, muitos meios jornalísticos abriram seu conteúdo a não assinantes. A audiência bateu recordes. Em Portugal, como mostra o relatório *Impacto do Coronavírus e da crise pandémica no sistema mediático português e global* (CARDOSO et. al, 2020), o acesso a páginas de informação subiu 78% em duas semanas (p.

17). Ainda assim, o número de assinaturas cresceu em média cerca de 63% nos Estados Unidos (p. 18). A Bloomberg triplica seu número diário de assinaturas (p. 11).

A estratégia tinha sentido: a difusão de falsas notícias é favorecida pela segregação digital. Sem acesso aos veículos da imprensa tradicional, as redes sociais — cuja lógica, desde a origem, não é voltada para a distribuição de informações de interesse público, mas para o entretenimento — passa a ser importante *player* de mediação da esfera pública. E, muitas vezes, sem porta de saída: presos a tarifas mais econômicas (um mecanismo conhecido como *zero-rating* (RAMOS, 2015), planos de dados móveis que não taxam o acesso a redes sociais), usuários de alguns países veem vetado seu acesso a áreas nobres da rede, inclusive páginas web onde poderiam verificar a veracidade da informação recebida — embora essa também não seja uma ação estimulada ou incentivada pelo modo de funcionamento das plataformas. Assim, mesmo para os veículos gratuitos, uma parte expressiva da população fica confinada às redes sociais.

Isso é especialmente preocupante se considerarmos que uma parcela significativa da população mundial se informa primariamente por meio delas: 43% dos americanos se informam pelo Facebook (PEW RESEARCH CENTER, 2019) e 48% dos entrevistados em uma pesquisa sobre vacinas no Brasil relataram que se informam sobre o assunto sobretudo por meio das redes sociais e de mensagens individuais (AVAAZ, 2020, p. 6).

Por outro lado, como mencionamos, o jornalismo não é garantia de isenção, e teve parcela de culpa na desconfiança generalizada em relação às informações. Com reputação comprometida, dificilmente será visto como o melhor herói para enfrentar o novo vilão.

Para piorar, a pandemia também agravou tendências como a crise do modelo de financiamento publicitário das instituições midiáticas (CARDOSO et al, 2020, p. 12). Ironicamente, ao mesmo tempo em que comprova sua distinção e importância, o jornalismo vive uma crise histórica de sustentabilidade.

Esta situação motivou uma discussão quase moral ou existencial sobre o jornalismo, o seu papel na sociedade e o seu valor de troca, balizada entre a necessidade de valorizar os conteúdos informativos, assegurando que são pagos e que sustentam jornalismo de qualidade, e o dever público de prestar informação precisa, de qualidade e acessível a todos de forma gratuita em tempos de crise (CARDOSO et al, 2020, p. 11).

A liberdade de expressão também voltou a estar em causa — e agora não mais pensada sob os auspícios de fronteiras nacionais, uma vez que a falta de uma imprensa livre em um único país mostrou ter consequências para pelo menos metade da população mundial.

Em outra via para se defender do vírus da desinformação, que invade e destrói a instituição por dentro, fazendo-se passar por ele, o jornalismo precisou reforçar processos que, conquanto o definissem, ganharam independência e se tornaram um gênero jornalístico: a verificação dos fatos e a apuração aprofundada. Iniciativas nesses âmbitos pululam desde 2002, quando surgiu a primeira rede social e, com ela, a explosão das possibilidades de exposição de conteúdos inverídicos.

A diferenciação de instrumentos especializados para as etapas mais cruciais do jornalismo se desenvolve como afirmação da prática diante da crise de desinformação. Grande parte dessas iniciativas, porém, sobrevivem em nicho, sustentadas por doações de indivíduos e entidades privadas ligadas ao grande capital, na forma de sociedades, associações e ONGs que se distanciam das *hard news* e revivem o jornalismo investigativo.

Porém, a verificação dos fatos tem efeito mitigador mínimo em razão da possibilidade de aplicação em apenas parte do problema, qual seja, a que é passível de verificação (os que incluem dados, ou fatos históricos), mas não consegue desfazer a percepção construída.

Além disso, esse contra-ataque pelo jornalismo é demorado e caro. Tão simplesmente inventar uma história é um processo mais simples e mais abreviado que o jornalismo, cuja viabilidade comercial, com isso, se vê ameaçada. A informação não filtrada, não trabalhada chega primeiro. E, por isso, o público não estará mais disposto a pagar por algo que acredita já possuir. A matriz publicitária também tem diminuído sistematicamente, comprometendo a sobrevivência de muitos veículos locais e, com eles, a própria fiscalização dos poderes instituídos.

As recomendações técnicas para o combate à desinformação (ACCESS NOW, 2020; CRUZ et. al, 2019) em geral se convertem em princípios tímidos e pouco concretos para o incentivo a medidas educativas voltadas aos usuários de internet.<sup>18</sup> Raramente abordam a responsabilização às gigantes tecnológicas, com argumentos em favor da liberdade de expressão, um direito de fato universal, mas limitado pela liberdade alheia e acompanhada de deveres. Às plataformas, porém, não pode caber o arbítrio da verdade. E elas próprias dizem não querer cumprir esse papel (MARK ZUCKERBERG & THIERRY BRETON, 2020).

As iniciativas de mitigação também são insuficientes para desmascarar, por exemplo, vídeos e áudios falsos produzidos por meio de inteligência artificial, as chamadas *deep fakes*,

---

<sup>18</sup> Além de transferir a responsabilidade para a vítima, essas medidas têm pouca eficiência, uma vez que se concentram na reação ao problema, em lugar de procurar evitá-lo. Ademais, novas tecnologias permitem manipulações dificilmente detectáveis, mesmo aos olhos mais treinados.

cuja tecnologia de produção é cada dia mais acessível a cidadãos, mesmo desprovidos de posses ou conhecimentos técnicos. A nova tecnologia elevará o problema das *fake news* a um novo patamar, ainda mais distante de uma pacificação.

A regulação das plataformas digitais, assim como o jornalismo é regulado, é quase consenso entre os diagnósticos técnicos. Embora aleguem não se constituir como meios de comunicação, por não produzir conteúdo, essas empresas controlam o fluxo de informação, funcionando à moda dos *gatekeepers* do modelo anterior. Exercem, portanto, demonstrado poder de influência sobre a opinião pública e precisam ser *accountable* pela circulação de notícias falsas assim como por censura e interferências na liberdade de expressão.<sup>19</sup>

Por último, um possível remédio pode estar no veneno. *Bots* não são inerentemente maliciosos; e nem só de *fake* vivem as redes sociais. Como analisa Benjamin Barber (1998), “as tecnologias não determinam os acontecimentos, mas são condicionadas por eles”.<sup>20</sup> Contas automatizadas podem ajudar a detectar informações suspeitas e, por exemplo, disparar alertas para as empresas que inadvertidamente os financiam.

## CONCLUSÃO

Crises de saúde pública serão sempre, também, crises de informação. Mas a atual pandemia de Covid-19, a primeira nessa proporção a encontrar um mundo em processo de digitalização, se instala em um ambiente desordenado por novas possibilidades técnicas inauguradas há menos de uma década. Ordens informativas distintas coexistem e disputam hegemonia ou simples sobrevivência. O jornalismo, a democracia e a ciência são das instituições desse sistema cuja autoridade se vê questionada.

A pandemia que ainda vivemos forçou esse debate a se desviar do foco único dos acontecimentos político-partidários, onde têm verificado os impactos mais visíveis. E nos obrigou a repensar os sistemas de mediação consolidados há séculos e durante séculos.

---

<sup>19</sup> O TikTok, por exemplo, oblitera a performance (censura) de vídeos de pessoas que considera pouco atraentes. Biddle, S., Ribeiro, P. V., & Dias, T. (2020, March 16). Censura invisível: TikTok escondeu ‘feios’ e favelas para atrair novos usuários e censurou posts políticos. Retrieved June 17, 2020, from The Intercept website: <https://theintercept.com/2020/03/16/tiktok-censurou-rostos-feios-e-favelas-para-atrair-novos-usuarios/>

<sup>20</sup> Texto original: “technologies tend not to be determinative but rather are conditioned by what is going on in the society”.

Se a desinformação é uma estratégia militar e faz parte das diretrizes de conduta em operações de guerra, nas redes sociais não encontra fronteiras. As tecnologias digitais conferem à desinformação uma escala jamais experimentada. As redes sociais reúnem as condições ideais para a circulação da desinformação que pode ser fatal.

A atividade de mediação da informação se descentraliza, e a esfera pública ganha novos atores: por um lado, agentes autônomos de inteligência artificial; por outro, grandes empresas privadas pouco transparentes e não reguladas. Por fim, em uma terceira aresta, estrategistas que espalham desinformação de acordo com interesses políticos ou financeiros que ganham tração conforme confirmem ou recompensem crenças pré-estabelecidas.

Nas novas regras, o jornalismo perde: é mais lento, menos confortável e mais caro. E promete ficar ainda mais para trás em um futuro próximo, com, de um lado, o ocaso do seu modelo de negócios e a aceleração dos chamados desertos de notícias, e, por outro, a expansão da tecnologia 5G, a consolidação da internet das coisas, que multiplicará exponencialmente nossas pegadas digitais, e a popularização dos chamados *deep fakes*, cuja aferição representa um novo e desafiador capítulo para a checagem de fatos.

Ainda assim, tem sido o antídoto mais utilizado — talvez o único que se conheça por ora. Além disso, a ausência completa de filtros é, conforme demonstramos e a pandemia confirmou, paralisante. Por isso, a mediação é, mais do que nunca, necessária. A vida sem mediação, diz Barber (1998), não é uma opção. Mas é opção a que mediação recorrer. Como ela sempre requererá algum nível de manipulação para funcionar, cabe então decidir por manipuladores “legítimos” da informação.

A pandemia promete acelerar mudanças e alterar o rumo de outras. Neste momento, é especialmente precioso saber navegar o excesso de informação e ruído, em meio dos quais estamos cada vez mais condenados a viver.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCESS NOW. (2020). *Fighting Misinformation and Defending Free Expression During Covid-19: Fighting misinformation and defending free expression during COVID-19: recommendations for states*. Disponível em: <https://www.accessnow.org/cms/assets/uploads/2020/04/Fighting-misinformation-and-defending-free-expression-during-COVID-19-recommendations-for-states-1.pdf> . Acesso em: 12 mai 2020.

AVAAZ. (2020). *How Facebook can Flatten the Curve of the Coronavirus Infodemic*. [https://secure.avaaz.org/campaign/en/facebook\\_coronavirus\\_misinformation/](https://secure.avaaz.org/campaign/en/facebook_coronavirus_misinformation/)

- BAPTISTA, C. (2019). Digitalização, desinformação e notícias falsas – uma perspetiva histórica. In Figueira, J., & Santos, S. (Eds.). *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Coleção Investigação.
- BARBER, B. R. (1998). Which Technology and Which Democracy? *Democracy and Digital Media Conference*, MIT, May 9, 1998. Transcrição disponível em: [web.mit.edu/m-i-t/articles/barber.html](http://web.mit.edu/m-i-t/articles/barber.html). Acesso em: 12 mai 2020.
- BBC NEWS. (2020). YouTube bans 'medically unsubstantiated' content. 22 abr. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-52388586>. Acesso em: 27 mai 2020.
- BENITES, A., & BETIM, F. (2020). Afastado até de Trump, Bolsonaro lidera negacionismo do coronavírus no mundo e incentiva “fake News”. *El País Brasil*, 31 mar. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-03-31/afastado-ate-de-trump-bolsonaro-lidera-negacionismo-do-coronavirus-no-mundo-e-incentiva-fake-news.html> . Acesso em: 12 mai 2020.
- BIDDLE, S., RIBEIRO, P. V., & DIAS, T. (2020). Censura invisível: TikTok escondeu “feios” e favelas para atrair novos usuários e censurou posts políticos. *The Intercept Brasil*, 16 mar. Disponível em: <https://theintercept.com/2020/03/16/tiktok-censurou-rostos-feios-e-favelas-para-atrair-novos-usuarios/> . Acesso em: 17 jun 2020.
- BUCCI, E. (2018). Pós-política e corrosão da verdade. *Revista USP*, (116), 19–30. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p19-30>
- CARDOSO, G., BALDI, V., QUINTANILHA, T. L., PAISANA, M., & PAIS, P. C. (2020). *Impacto do Coronavirus e da crise pandémica no sistema mediático português e global*. Obercom. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21769.39522>. Acesso em: 3 jun 2020.
- CASTELLS, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238–266.
- CRUZ, F. B., MASSARO, H., OLIVA, T., & BORGES, E. (2019). *Internet e eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações*. 1–64. Retrieved from <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/br/legalcode>.
- DAVEY, M., BOSELEY, S., & KIRCHGAESSNER, S. (2020). Surgisphere: governments and WHO changed Covid-19 policy based on suspect data from tiny US company. *The Guardian*, 3 jun. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2020/jun/03/covid-19-surgisphere-who-world-health-organization-hydroxychloroquine#maincontent>. Acesso em: 3 jun 2020.
- FAGAN, C. & WRIGHT, L.. (2020). *Ad Tech Fuels Disinformation Sites in Europe - The Numbers and Players*. Global Disinformation Index. Disponível em: [https://disinformationindex.org/wp-content/uploads/2020/03/GDI\\_Adtech\\_EU.pdf](https://disinformationindex.org/wp-content/uploads/2020/03/GDI_Adtech_EU.pdf)
- FIGUEIRA, J., & SANTOS, S. (Eds.) (2019). *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Coleção Investigação.
- FUCHS, C. (2020). Everyday Life and Everyday Communication in Coronavirus Capitalism. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 18(1), 7 mai, 375–398. <https://doi.org/10.31269/triplec.v18i1.1167>.

FUNKE, D. (2020). Fact-checking 'Plandemic': A documentary full of false conspiracy theories about the coronavirus. PolitiFact. <https://www.politifact.com/article/2020/may/08/fact-checking-plandemic-documentary-full-false-con/>.

G1. (2020). Facebook e Instagram removem vídeo de Jair Bolsonaro por violação de regras. G1, 30 mar 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/03/30/facebook-e-instagram-removem-video-de-jair-bolsonaro-por-violacao-de-regras.ghtml>. Acesso em: 17 jun 2020.

GARCIA, R. (2019). 7% dos brasileiros afirmam que Terra é plana, mostra pesquisa. São Paulo: Folha de S.Paulo. Disponível em: [7% dos brasileiros afirmam que Terra é plana, mostra pesquisa - 14/07/2019 - Ciência - Folha \(uol.com.br\)](https://www.folha.com.br/7-dos-brasileiros-afirmam-que-terra-e-plana-mostra-pesquisa-14-07-2019-ciencia-folha-uol-com-br). Acesso em: 14 jul 2019.

GOMES, W. (2019). 5a Reunião da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito - Fake News - Atividade Legislativa - Senado Federal, 22 out 2019. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/reuniao?reuniao=9253&codcol=2292>. Acesso em: 16 jun 2020

HABERMAS, J. ([1962]1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press.

HAO, K. (2020). Nearly half of Twitter accounts pushing to reopen America may be bots. MIT Technology Review, 21 mai. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/2020/05/21/1002105/covid-bot-twitter-accounts-push-to-reopen-america/>. Acesso em: 21 mai.

HOWARD, P. N., & KOLLANYI, B. (2016). Bots, #Strongerin, and #Brexit: Computational Propaganda During the UK-EU Referendum. SSRN, 20 jun. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2798311](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2798311). Acesso em: 17 jun 2020.

IYENGAR, S., & MASSEY, D. S. (2019). Scientific communication in a post-truth society. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116(16), 7656–7661. <https://doi.org/10.1073/pnas.1805868115>

JANKOWICZ, M. (2020). More people are Now in “lockdown” than were alive during World War II. Business Insider, mar 25. Disponível em: <https://www.sciencealert.com/one-third-of-the-world-s-population-are-now-restricted-in-where-they-can-go>. Acesso em 14 jun 2020.

KALIL, I., & SANTINI, M. (2020). Coronavírus: pandemia, infodemia e política. *Fesp - Uerj*, 21.

KOSINSKI, M., STILLWELL, D., & GRAEPEL, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings Of The National Academy Of Sciences*, 110(15), 5802-5805. doi: 10.1073/pnas.1218772110

LASAR, M. (2011). How the Titanic disaster pushed Uncle Sam to "rule the air". *Ars Technica*, 7 jul. Disponível em: <https://arstechnica.com/tech-policy/2011/07/did-the-titanic-disaster-let-uncle-sam-take-over-the-airwaves/>. Acesso em: 27 abr 2020.

LEWANDOWSKY, S., & COOK, J. (2020). *The Conspiracy Theory Handbook*. <http://sks.to/conspiracy>

LIPPMANN, W. (1926). Public opinion and the politicians. *National Municipal Review*, 15(1), 5–8. <https://doi.org/10.1002/ncr.4110150102>

MARK ZUCKERBERG & THIERRY BRETON. (2020). Towards a post COVID-19 Digital Deal between tech and governments?. Centre on Regulation in Europe. Acesso em: 13 de junho de 2020. Disponível em: <https://youtu.be/uZfi6WklfgU>

PARISER, E. (2011). *The Filter Bubble*. East Rutherford: Penguin Publishing Group.

PENNYCOOK, G., MCPHETRES, J., ZHANG, Y., & RAND, D. (2020). *Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention*. PsyArXiv, 1–24. <https://doi.org/10.31234/OSF.IO/UHBK9>

PEW RESEARCH CENTER. (2019). *Key findings about the online news landscape in America*. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/11/key-findings-about-the-online-news-landscape-in-america/> . Acesso em: 14 jun 2020.

QUEIMALIÑOS, R. (2020). O homem que arruinou a extrema direita nos EUA. [online] El País. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/icon/2020-05-17/o-homem-que-arruinou-a-extrema-direita-nos-eua.html>. Acesso em: 17 mai 2020.

RAMOS, P. H. (2015). Zero-Rating: uma introdução ao debate. Politics. Disponível em: <https://www.politics.org.br/edicoes/zero-rating-uma-introdu%C3%A7%C3%A3o-ao-debate> . Acesso em: 20 jun 2020.

REBELO DE ANDRADE, H., & FELISMINO, D. (2018). A pandemia de gripe de 1918-1919: um desafio à ciência médica no princípio do século XX. *Ler História*, (73). doi: 10.4000/lerhistoria.4070. <http://journals.openedition.org/lerhistoria/4070>

RUEDIGER, M. A. (2017). *Robôs, redes sociais e política no Brasil: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018*. Rio de Janeiro: FGV, DAPP.

SÁ, A. F. (2019). Pré-verdade, verdade e pós-verdade: um percurso rumo à política contemporânea. In Figueira, J., & Santos, S. (Eds.). *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Coleção Investigação.

SILVA, J. M. (2019). Fake News, a novidade das velhas falsificações. In Figueira, J., & Santos, S. (Eds.). *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Coleção Investigação.

SKOPELITI, C., & JOHN, B. (2020). Coronavirus: How are the social media platforms responding to the “infodemic”? First Draft, 19 mar. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/how-social-media-platforms-are-responding-to-the-coronavirus-infodemic/>. Acesso em: 20 jun 2020.

SOBRAL, J. M. e LIMA, M. L. (2018). A epidemia da pneumónica em Portugal no seu tempo histórico. *Ler História*, (73). doi: 10.4000/lerhistoria.4036.

SODRÉ, M. (2019). O facto falso: do factóide às fake news. In Figueira, J., & Santos, S. (Eds.). *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Coleção Investigação.

THIGPEN, C., & FUNK, C. (2020). Most Americans expect a Covid-19 vaccine within a year; 72% say they would get vaccinated. Pew Research Center, 21 may.

TREW, B. (2020). Hundreds dead in Iran from drinking methanol amid fake reports it cures coronavirus. The Independent, 27 mar. Disponível em:

<https://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/iran-coronavirus-methanol-drink-cure-deaths-fake-a9429956.html>. Acesso em: 27 mai 2020.

WARDLE, C. (2017). *Fake news. It's complicated*. First Draft. <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>

WARDLE, C., & DERAKHSHAN, H. (2017). *Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe report DGI (2017)09. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

WARREN, T. (2020). British 5G towers are being set on fire because of coronavirus conspiracy theories. *The Verge*, 4 abr. Disponível em: <https://www.theverge.com/2020/4/4/21207927/5g-towers-burning-uk-coronavirus-conspiracy-theory-link> . Acesso em: 27 mai 2020.

WONG, E., BARNES, J., & ROSENBERG, M. (2020). Chinese agents helped spread messages that sowed virus panic in U.S., officials say. *The New York Times*, 22 abr. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/04/22/us/politics/coronavirus-china-disinformation.html>. Acesso em: 27 mai 2020.

WONG, J., & LEVINE, S. (2020). Twitter labels Trump's false claims with warning for first time. *The Guardian*, 27 mai. Disponível em: <https://www.theguardian.com/us-news/2020/may/26/trump-twitter-fact-check-warning-label> . Acesso em: 27 mai 2020.

**Ana Beatriz T. D. Duarte**

Doutoranda em Estudos Contemporâneos, Universidade de Coimbra