

Saindo das bolhas de pós-verdade: ética da informação para fluência digital e combate às fake news

Dejando las burbujas de la posverdad: ética de la información para fluencia digital y el combate a las fake news

Jaqueline Barreto Lé  

jaqueline.le@ufrb.edu.br

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - UFRB

Úrsula Cunha Anacleto  

ucaneleto@uefs.br

Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS

Ana Elisa Ribeiro  

anadigital@gmail.com

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais - CEFET-MG

Resumo

Este artigo aborda o fenômeno da desinformação na cibercultura na perspectiva da ética da informação, considerando a relevância do combate às fake news no processo de formação do leitor. Partimos dos conceitos de bolha e pós-verdade para explicar um dos aspectos distópicos do surgimento das redes: a rápida disseminação de conteúdos falsos. Na contramão desse fenômeno, encontra-se a estratégia de distanciamento do leitor da sua bolha de informação, o que lhe permitirá uma compreensão textual/discursiva associada a fatos reais, objetivos, e não propriamente ao seu sistema de crenças e emoções. Entendemos, aqui, que o processo de formação do leitor na cultura digital passa, necessariamente, pela formação de um cidadão mídia-ativo, capaz não só de checar as informações, mas também de compreendê-las, para assim atuar criticamente na realidade que o cerca. Por esse processo, esperamos a constituição de outra ética do discurso quanto à curadoria da informação, que leve em conta a promoção de diálogos sociais, de forma livre e democrática, na esfera pública digital.

Palavras-chave

Pós-verdade. Desinformação. Ética da informação. Formação do leitor.

Resumen

Este artículo aborda el fenómeno de la desinformación en la cibercultura desde la perspectiva de la ética de la información, considerando la relevancia del combate a las fake news en el proceso de formación de los lectores. Partimos de los conceptos de burbuja y posverdad para explicar uno de los aspectos distópicos del surgimiento de las redes: la rápida diseminación de contenidos falsos. En la contramano del fenómeno está la estrategia de alejamiento del lector de su burbuja de información, lo que le permitirá una comprensión textual/discursiva aso-

FLUXO DA SUBMISSÃO

Submissão do trabalho: 30/10/2022

Aprovação do trabalho: 14/11/2022

Publicação do trabalho: 07/12/2022

 10.46230/2674-8266-14-9292

COMO CITAR

LÉ, Jaqueline Barreto; ANACLETO, Úrsula Cunha; RIBEIRO, Ana Elisa. Saindo das bolhas de pós-verdade: ética da informação para fluência digital e combate às fake news. **Revista Linguagem em Foco**, v.14, n.2, 2022. p. 29-48. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/9292>.

Distribuído sob



Verificado com

Plagius
Detector de Plágio

ciada a los hechos reales, objetivos, y no propiamente a su sistema de creencias y emociones. Consideramos, acá, que el proceso de formación del lector en la cultura digital se vincula, necesariamente, a la formación de un ciudadano mídia-activo, capaz no solo de chequear las informaciones, pero también de comprenderlas, para entonces actuar críticamente en la realidad que lo involucra. Por medio de ese proceso, esperamos la constitución de otra ética del discurso en relación con la curaduría de la información, que considere la promoción de diálogos sociales, de forma libre y democrática, en la esfera pública digital.

Palabras clave

Posverdad. Desinformación. Ética de la información. Formación de lectores.

Introdução

Antes de compreendermos as bolhas que hoje ocupam as redes sociais, é preciso apontar o que representa a noção de pós-verdade, que está intrinsecamente ligada ao fenômeno da desinformação na cultura digital. Ao tratar de pós-verdade, Santaella (2018a) destaca dois fatos históricos que marcaram o cenário político mundial em 2016: a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, e o plebiscito do Brexit, no Reino Unido. Segundo a autora, trata-se, nos dois casos, de batalhas vencidas graças à disseminação de informações que não passaram pelo crivo da ética, pelo benefício da dúvida ou por aquilo que, para Stengers (2010), representaria a arte do cuidado. Desde então, o termo *pós-verdade* disseminou-se entre especialistas de diversas áreas do conhecimento – entre elas, a Linguística e a Análise do Discurso –, popularizando-se de tal forma que foi eleito, em 2016, a palavra do ano pelo Dicionário de Oxford. Assim, no verbete britânico, *pós-verdade* é indicado como um termo que denota “circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença da pessoa”¹².

Segundo Ferrari (2018), a era da pós-verdade é marcada pela noção de bolha, que surgiu no contexto da cultura digital há cerca de uma década. Mas tal noção sofreu modificações ao longo dos últimos anos. Santaella (2018a) lembra que, antes do surgimento da pós-verdade, o que se entendia como bolha informacional era uma atividade baseada em “espaços de proteção e controle da privacidade, contra a invasão da vigilância” (SANTAELLA, 2018a, p. 19). Poste-

1 É importante lembrar que o prefixo “pós”, em *pós-verdade*, não se refere a tempo posterior, mas a ‘tempo em que o conceito especificado [verdade] tornou-se sem importância ou irrelevante’. Essa acepção parece ter se originado em meados do século XX, em formações como *pós-nacional* (1945) e *pós-racial* (1971).

2 “relating to circumstances in which people respond more to feelings and beliefs than to facts” (Oxford Learner’s Dictionary. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>. Acesso em: 20 set. 2022.

riormente, as bolhas passaram a ser relacionadas a incrementos de algoritmos, constituindo um espaço para detecção de um perfil psíquico, social, econômico, político, ou seja, para detecção da *forma mentis* daqueles que estão interagindo nas redes. Assim, o termo *bolha* começou a ser vinculado ao sistema de crenças, preferências e convicções dos usuários, delimitando, cada vez mais, aqueles indivíduos que podem ser enquadrados num dado perfil.

Nesse cenário, entendemos que as bolhas de pós-verdade são justamente aquelas responsáveis por replicar esse sistema de crenças e convicções, sendo uma das principais condições envolvidas no mecanismo da desinformação, na disseminação das chamadas fake news. Desse modo, hoje assumimos que essas bolhas acabam por infestar as redes, ferindo quaisquer valores baseados nas correspondências entre os discursos e os fatos objetivos, entre as palavras e os acontecimentos que eles designam. Ainda que haja uma ou outra tentativa, por parte dos donos das redes, de eliminar a propagação de conteúdos falsos e postagens sensacionalistas – tal como se deu na mudança de algoritmo do Facebook em 2018 –, as bolhas continuam a funcionar como forma de mapeamento da *forma mentis* dos usuários, desvinculando-se da concepção inicial, que era ligada a um sistema de proteção da privacidade.

Saímos, desse modo, nas últimas décadas, de um clímax informacional, quando havia, certamente, deslumbramento com a quantidade e a velocidade de dados, para um anticlímax das redes, marcado pela avalanche de fake news. Mas como tudo isso começou? O que fazer para atenuar os efeitos da desinformação em tempos de pós-verdade? Se a demarcação de bolhas de pós-verdade hoje infesta as redes, qual o nosso papel como usuários e receptores dos dados? A checagem de fatos é uma estratégia que nos faz remar contra a maré, mas ela também implica o agenciamento de algumas práticas sociais de leitura nas redes, que nos desafiam a superar o sentido da ética da informação no contexto das fake news.

Portanto, a ética da informação na cultura digital deve proporcionar práticas comunicativas livres e democráticas, que geram implicações na realidade social, política, educacional, econômica, entre outras. Nesse sentido, para além de um valor normativo, como prática de discurso, aqui entendida a partir da teoria crítica habermasiana, oportuniza ao leitor a construção de ações comunicativas nas redes, mediadas linguisticamente, por meio de argumentos.

Este artigo discute o fenômeno da desinformação na cibercultura, o que nos leva a considerar a importância da ética da informação nas atividades de leitura de textos nas esferas públicas digitais. Concebemos, nesse sentido, a re-

levância do combate às fake news, sobretudo quando ele ocorre por ações mediadas comunicativamente, que contribuem para a formação do leitor crítico e emancipado. Teoricamente, apoiamos-nos nos estudos sobre bolhas de informação e pós-verdade (FERRARI, 2018, 2020; SANTAELLA, 2018a, 2018b) e ética do discurso (HABERMAS, 1997, 2012a, 2012b).

1 Desinformação, fake news e distopias

Santaella (2018a) ressalta que há, na verdade, uma gradação no fenômeno, que vai da mera (des)informação até as fake news como crime cibernético. Independentemente da gravidade, trata-se de um fenômeno viral que precisa ser combatido nas redes, especialmente pelos usuários. Na era da (des)informação, observamos, nos últimos anos, a saída de um *boom* da memória – tendo no Google seu grande representante – para um cenário de amnésia ou tsunami de fake news. Em outras palavras, o excesso de informação nos levou ao esquecimento dos dados, ao não comprometimento mínimo com os fatos objetivos, o que tornou as redes um grande espaço de ambivalência.

Desse modo, saímos de uma fase de euforia – em que predominava o entusiasmo com a velocidade de dados, seu compartilhamento e uma possível democratização dos conteúdos – para o período sombrio da chamada Era da Informação, em que ficam evidentes as mais variadas frustrações relativas à comunicação em meio digital. Na lista desses efeitos distópicos encontra-se a solidão do sujeito em um mundo cada vez conectado, como destaca Sherry Turkle, em *Alone Together* (2011), o que também é retratado por Spike Jonze no filme *Her* (2013), cujo enredo é marcado pelo envolvimento afetivo de um homem com a voz feminina de um sistema operacional/assistente virtual de computador (semelhante ao Siri do IOS ou ao Cortana da Microsoft).

Além disso, nesse quadro de distopias, a lista cada vez maior de crimes cibernéticos e a rápida circulação de notícias falsas passaram a apontar, nas duas últimas décadas, para um futuro não tão animador. Tudo isso se reflete hoje no valor da informação e no preço que pagamos pela exposição excessiva aos dados. Como já previa Gregory Bateson (1979), a informação tornou-se nossa principal moeda, a “diferença que faz a diferença”.

Surgem então, nos últimos anos, inúmeras publicações ligadas à temática da desinformação na era digital, como reflexo da preocupação de teóricos e pesquisadores das diferentes áreas do conhecimento – em especial os da área da Comunicação Social – em explicarem o fenômeno da disseminação de conteú-

dos falsos, nos seus variados formatos e com efeitos dos mais leves e atenuados aos mais graves e preocupantes.

No Brasil, um dos trabalhos pioneiros sobre o tema foi *Jornalismo e desinformação*, do jornalista Leão Serva, publicado em 2001. Mas foi somente a partir de 2016, com a popularização do termo pós-verdade, que foram multiplicados os debates sobre essa temática, sobretudo já contemplando a noção mais atual de bolhas de informação e o combate às fake news. Em diferentes áreas do conhecimento, foram publicados livros sobre o fenômeno da desinformação, tais como: *Ética e pós-verdade* (2017), de Christian Dunker *et al.*; *Perspectivas educacionais em tempos de pós-verdade* (2017), organizado por Tatiane de Jesus Chates; *A Era da Pós-Verdade: desonestidade e enganação na vida contemporânea* (2018), de Ralph Keyes; *Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito* (2018), de Diogo Rais; *Como sair das bolhas* (2018), de Pollyana Ferrari; *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* (2018b), de Lucia Santaella; *Fake News: a liberdade de expressão nas redes sociais na sociedade de informação* (2019), de André Faustino, entre outros.

Mais recentemente, como reflexo do isolamento físico no contexto pandêmico, as publicações se multiplicaram ainda mais, aprofundando o tema e ampliando a discussão para as formas de combate aos conteúdos falsos nas redes. Alguns dos trabalhos publicados nos últimos dois anos foram: *Nós: tecnoconsequências sobre o humano* (2020), organizado por Pollyana Ferrari; *A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital* (2021), de André Lemos; *De onde vem o poder da mentira?* (2021), de Lucia Santaella; *Discurso e (pós)verdade* (2021), de Luzmara Curcino *et al.*

No que tange à rápida circulação de fake news – especialmente em momentos de grandes embates políticos como foram os de 2016 – vivenciamos, portanto, um “quadro viral” para o qual não existe uma vacina ou uma solução mais imediata. Somente a partir do processo de conscientização de que estamos, inevitavelmente, imersos em bolhas de pós-verdade é que podemos realizar o movimento contrário, de distanciamento do sistema de crenças e emoções que as define. Segundo Ferrari (2018), é preciso, antes de mais nada, pautar-se no princípio do benefício da dúvida, distinguindo dados observados a partir da realidade objetiva de um mero conjunto de opiniões e convicções. Nesse contexto, o papel do combate à desinformação é coletivo: dos pesquisadores, das agências de checagem de fatos e, sobretudo, dos próprios leitores/usuários da rede.

1.1 Saindo das bolhas: entendendo os malefícios da desinformação

Para sair das bolhas, faz-se necessário, antes de mais nada, compreender de que modo elas se formam, se dilatam e são fortalecidas pelo sistema de crenças e emoções dos usuários. No que diz respeito ao compartilhamento de conteúdos falsos nas redes sociais, Perosa (2017) destaca três principais fatores que são capazes de turbinar a indústria de fake news: a) o ambiente de alta polarização política; b) a descentralização da informação e a ascensão de meios de comunicação independentes; c) o ceticismo quanto às instituições políticas e democráticas, tendo como alvo governos, partidos e veículos da mídia tradicional. Em conjunto, esses aspectos atuam diretamente na formação de bolhas de pós-verdade que impregnam as redes.

Santaella (2018a) lembra que há três princípios associados ao funcionamento das bolhas: a) o de monitoração, baseado no sistema de vigilância algorítmica nas redes; b) o da câmara de ego, pautado no espelhamento do sistema de crenças e emoções dos usuários e c) o da confirmação, pelo qual os conteúdos falsos são ratificados através desse sistema de convicções. “Criam-se, assim, monoculturas viciadas nos mesmos *feedbacks loops*. Pior do que isso é quando as crenças conduzem os indivíduos à prática inadvertida ou deliberada de espalhar notícias falsas como retroalimentação de suas crenças mal-fundadas” (SANTAELLA, 2018a, p. 21).

Em seu grau extremo, as fake news – tal como vistas atualmente – trazem muitos malefícios psíquicos e sociais, uma vez que há um distanciamento cada vez maior da realidade ou mesmo o seu redimensionamento artificial e induzido. Por isso, o tema deve ser tratado com a devida importância, atentando-se sempre para a distância entre o que pode ser detectado a partir das fakes e a busca da realidade, numa análise comunicacional, semiótica, linguística, filosófica, entre outras. É comum, inclusive, concebermos o problema apenas como fruto da cultura digital, mas, como destaca Ferrari (2018, p. 89), “o fake não é novo nem nasceu com os blogueiros ou as redes sociais; só amplificou, como tudo que é postado na internet”.

Devemos estar atentos ao fato de que o fenômeno não se encontra somente na esfera política; está também na marca (publicidade), na espionagem, nos *ethos* anunciados em rede etc., o que torna ainda mais amplo o alcance de seus efeitos danosos. Segundo Ferrari (2018), a indústria global de fake news está ancorada no desapego à dimensão humana, na falta de ética e respeito ao outro, o que torna a desinformação o verdadeiro parasita do milênio. Nessa metáfora,

devemos lembrar que um parasita não vive sozinho, só sobrevive numa espécie de bolha, necessitando do outro para ganhar força e ser disseminado.

É preciso considerar, também, que a indústria global de desinformação é alimentada por *bots* ou *softwares* de disparo automático de dados, que constituem o caminho físico mais usual e de maior abrangência – hipertextualmente falando – por meio do qual as fakes news se espalham³. Assim, os algoritmos mapeiam as bolhas, e os *bots* disseminam automaticamente conteúdos falsos.

Mas como enfrentar a automaticidade nociva dos *bots*, já que somos usuários/humanos? Para tanto, foram criadas as agências de checagem de fatos específicas para esse fim, as quais atuam como uma espécie de *bots anti-fakes*, sendo capazes de averiguar os diversos tipos de conteúdos falsos que são disseminados nas redes sociais. Alguns exemplos desse tipo de abordagem são os portais Rede Covida e Aos Fatos⁴. O Rede Covida - Ciência, Informação e Solidariedade foi inaugurado em março de 2020 a partir da união entre o Centro de Integração de Dados e Conhecimentos para Saúde (Cidacs/Fiocruz Bahia) e a Universidade Federal da Bahia (UFBA), com o intuito de implementar estratégias de disseminação de informações confiáveis sobre a Covid-19, adequadas para diversos tipos de público e em diversos canais de comunicação. Com ação mais abrangente, o Aos Fatos é uma plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos. Sua produção – com sede no Rio de Janeiro, mas com profissionais espalhados em seis estados do Brasil – se baseia em uma rigorosa metodologia de apuração e verificação das informações, sendo reconhecida internacionalmente por meio de parcerias transnacionais, premiações e instituições de Estado.

É importante lembrar, no entanto, que, nessa guerra de *bots*, tanto os disparadores automáticos de fakes news quanto as agências de checagem possuem um dono ou agentes ideológicos que coordenam essas instituições, e cabe ao leitor/usuário das redes adotar uma postura ativa – ou mídia-ativa – nessa maré de informações, decidindo para qual lado ele prefere navegar. Compreendendo os malefícios da desinformação, pautando-se no princípio do benefício da dúvida e contando, sempre que necessário, com o apoio das agências de checagens de fato, ele mesmo poderá se transformar em um “checador da informação”. Esse

3 Na área da informática, o termo *bot*, robô em inglês, é utilizado com referência a programas que executam tarefas automatizadas, repetitivas e predefinidas. Eles imitam o comportamento humano, porém, ao atuarem por meio de algoritmos, operam de forma mais rápida e abrangente do que os usuários das redes.

4 Para saber mais sobre essas agências de checagem de fatos, acesse os portais: Rede Covida - <https://redecovida.org/sobre/>, Aos Fatos - <https://www.aosfatos.org/quem-somos/>

é um papel que passa, necessariamente, pelo movimento de distanciamento da sua sua bolha de informação, pelo compromisso com a ética, pela predominância de dados verificáveis a partir da realidade objetiva e, também, pela suspensão de seu sistema de crenças, independentemente de inclinações políticas/ideológicas.

1.2 As fake news são todas iguais?

Como leitores, a tarefa que nos é dada no combate à desinformação parece, muitas vezes, exaustiva e inócua, se pensarmos na volatilidade dos dados na rede. Vivemos tempos líquidos, baumanianos, em que é urgente repensarmos as relações, as cidades, o trabalho. Para Ferrari (2018), há uma nova dinâmica de relações pessoais que perpassa a fácil disseminação de conteúdos falsos, a qual se dá de diferentes modos nas redes sociais.

A presentificação das relações pessoais tem ganhado força nos movimentos sociais e políticos, nas cidades e nas mídias sociais. Mas tem sido uma presentificação sem checagem, o que gera grandes problemas. Temos que melhorar nosso nível de sociabilidade e democracia na atual sociedade da vivência, onde o sendo crítico prevaleça sobre os desejos (FERRARI, 2018, p. 73-74)

Mas, afinal, as fakes são todas iguais? Basta uma rápida verificação em nossas redes sociais para percebermos que não. Além de apresentarem variados formatos e se manifestarem por meio de diferentes práticas comunicativas, elas também oscilam quanto aos seus efeitos, apresentando maior ou menor grau de gravidade, quanto à legitimidade do conteúdo e quanto à validação do contexto apresentado. Baseando-se na classificação da First Draft News – um projeto de combate à desinformação online fundado em 2015 por nove organizações reunidas pelo Google News Lab⁵, Ferrari (2018) destaca o perigo bombástico das fake news num contexto social altamente propício à sua proliferação, em seus diferentes formatos. No esquema da Figura 1, notamos que há, sobretudo, dois aspectos influenciadores nos tipos de notícias falsas: o *conteúdo* e o *contexto*. Assim, atentarmos para esses dois elementos na recepção de conteúdos nas redes facilita bastante o processo de checagem das informações.

5 Google News Lab é uma equipe global da organização Google, lançada em 2015, que tem por missão atuar, juntamente com jornalistas e empreendedores, na construção de um futuro midiático que envolva o combate à desinformação.

Figura 2 - Notícia falsa sobre o desmatamento da Amazônia



Fonte: Twitter @aosfatos.

No segundo *tweet*, apresentado na Figura 3, o que está em foco é o *conteúdo enganoso*, que é aquele disseminado com o intuito de culpar/difamar uma questão ou um indivíduo, mas a partir de um contexto real. Foi o caso da informação divulgada pelo pastor Silas Malafaia a respeito dos valores recebidos anualmente pela jornalista Vera Magalhães, da TV Cultura; ele postou em sua conta no Twitter (@PastorMalafaia), em 29 de agosto de 2022, que ela recebia R\$ 500 mil anuais da emissora, pagos pelo governo de São Paulo, para atacar o presidente Bolsonaro, candidato à reeleição em 2022⁷. Segundo checagem do portal Aos Fatos, o contrato da jornalista com a emissora paulista vai até dezembro de 2022 e prevê pagamentos mensais de R\$22 mil, o que equivale a R\$264 mil anuais. Além disso, esse salário não seria totalmente bancado pelo governo de São Paulo, já que a emissora pertence à Fundação Padre Anchieta, que é financiada em parte com repasses do Estado e em parte com peças publicitárias. Vemos, portanto, que o conteúdo veiculado no *tweet* tinha um claro teor difamatório, o que gerou, logo em seguida, a abertura de um processo judicial contra o pastor. Ele foi obrigado, em 2 de setembro de 2022, a remover das suas redes sociais oito

⁷ Houve também, na ocasião do debate eleitoral de 27 de agosto de 2022, transmitido pela TV Band, a tentativa do deputado bolsonarista Douglas Garcia de divulgar esse mesmo conteúdo enganoso, como forma de ataque direto à postura e imagem da jornalista Vera Magalhães. Leão Serva, diretor de jornalismo da TV Cultura, fala sobre a repercussão do caso em: <https://www.youtube.com/watch?v=dFkKF1eMuok>

postagens que continham notícias falsas e que atingiam diretamente a imagem da jornalista.

Figura 3 - Notícia falsa sobre o salário da jornalista da TV Cultura



Fonte: Twitter @aosfatos.

Temos, ainda, no terceiro *tweet* (figura 4), um dado com *conteúdo impostor*, que ocorre quando fontes verdadeiras são personificadas. Esse é o caso da informação apresentada por Bolsonaro na sua entrevista ao Jornal Nacional, em período eleitoral, a respeito do Pix no Brasil, que foi lançado em novembro de 2020. Ele alegou, em entrevista, ter sido o responsável pela criação dessa nova forma de transação bancária, beneficiando milhões de brasileiros e retirando, para tanto, dinheiro dos bancos. No entanto, a criação do Pix remonta a 2016, na gestão do ex-presidente Temer, quando esse método de pagamento foi anunciado e começou a ser desenvolvido pelo Banco Central. Também não é possível atestar, segundo o portal Aos Fatos, que o Pix retirou dinheiro dos bancos, já que, mesmo sem a arrecadação de tarifas como DOC e TED, o lucro dessas instituições não parou de crescer nos últimos anos. Com esse conteúdo, o candidato quis passar a imagem de um presidente competente na gestão econômica do país, que se preocupa com a vida financeira dos cidadãos e que é contra as tarifas abusivas

cobradas pelos bancos, apelando para a falsa afirmação de que criou o Pix.

Figura 4 - Notícia falsa sobre a criação do Pix no Brasil



Fonte: Twitter @aosfatos.

Vemos, portanto, nos três exemplos, nas Figuras 1 a 4, que há diferentes formatos e níveis de gravidade relacionados às notícias falsas. Porém, todas elas sinalizam um aspecto da cultura digital que nos afasta das dimensões ética e humana. As formas de combate hoje se manifestam, inclusive, nas medidas punitivas, legais e jurídicas, associadas a cada caso de disseminação das fake news. No entanto, ainda estamos longe de encontrar o ponto de equilíbrio relativo à melhor forma e à agilidade no momento de aplicação dessas medidas. Uma vez espalhada a notícia falsa, seus efeitos podem ser devastadores. No cenário internacional, por exemplo, apenas recentemente, em outubro de 2022, houve a condenação do radialista Alex Jones pela justiça norte-americana por divulgar fake news sobre o massacre na escola primária de Sandy Hook, ocorrido em 2012. No Brasil, no contexto da campanha eleitoral de 2022, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) atuou mais incisivamente no combate às notícias falsas disseminadas nos principais veículos de comunicação; no entanto, as fakes não pararam de surgir, tendo sido ainda mais recorrentes no segundo turno das eleições.

Assim, passamos a ser controlados por algoritmos e, se não adotarmos a

postura de vigilância e ética da informação, vamos cada vez nos aproximando da lógica do metaverso, imersos em bolhas de pós-verdade. Lembramos que o vírus da desinformação é bem anterior à chegada da internet e ao surgimento das redes e, como é destacado no documentário *The social dilemma* (2020), dirigido por Jeff Orlowski, a utopia e a ignorância estarão sempre competindo, numa corrida, até o momento final.

2 Ética da informação no combate às fake news

O fenômeno da desinformação provocado pela disseminação de fake news nos convida a problematizar os modos de realização de ações comunicativas na esfera pública digital. Compreendida como espaço interativo por excelência, a esfera pública, neste artigo apresentada a partir da teoria crítica habermasiana, constitui-se como “[...] uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomada de posições e opiniões [...]” (HABERMAS, 1997, p. 92). Portanto, torna-se espaço de autorrepresentação social, do qual participamos de forma argumentativa, com a finalidade de suscitar o debate e promover entendimento mútuo.

Nesse sentido, a participação na esfera pública, aqui exemplificada pelas redes sociais digitais, tais como Facebook, Instagram, Twitter, entre outras, implica a construção de acordos argumentativos, tendo em vista que as opiniões, os discursos, os argumentos podem ser aceitos ou rejeitados pelos participantes da comunicação, o que evidencia o caráter livre e democrático desse *locus*. Para Habermas (2012a), ao atuarem na esfera pública, incluindo a digital, os participantes devem buscar no processo de interação a intercompreensão, a verdade, a sinceridade e a correção dos argumentos, consideradas pelo autor como pretensões de validade do discurso. As pretensões de validade funcionam como crivos para a aceitabilidade dos discursos veiculados na esfera pública.

Na concepção habermasiana, discurso e argumentação são intrinsecamente relacionados, constituindo-se um ao outro. Sobre isso, Habermas (2012a, p. 48) afirma que denomina argumentação “[...] como o tipo do discurso em que os participantes tematizam pretensões de validade controversas e procuram resolvê-las ou criticá-las com argumentos” (HABERMAS, 2012a, p. 48). Portanto, um discurso, por sua constituição argumentativa, leva em conta duas importantes situações: a adequação da linguagem e a adequação de julgamento do fenômeno.

Ao utilizarmos como aspectos para a curadoria de informações veiculadas nos meios digitais tanto a adequação da linguagem, no sentido de os leitores suspeitarem de posicionamentos que fogem aos acordos argumentativos sociais já

estabelecidos, tais como informações que contenham linguagem racista, sexista, homofóbica, etc., quanto à adequação de julgamento do fenômeno, a exemplo de verificar a fonte que promoveu a divulgação ou o compartilhamento de mensagens, estamos problematizando as pretensões de validade do discurso e, com isso, ampliando nossa formação de leitores críticos.

No processo de interação informativa, pelas mídias digitais, torna-se importante levar em conta as significações dos discursos no combate à desinformação. Logo, o discurso pode ser problematizado a partir de três importantes perspectivas tanto em relação ao contexto de produção quanto ao de recepção das mensagens: teórica, prática e explicativa, tal como apresentaremos a seguir.

Na abordagem do discurso teórico, esperamos que o leitor crítico problematize a pretensão de validade à verdade das informações. Conforme destaca Oléa (2018), a verdade para Habermas é um construto para além dos fatos (compreensibilidade argumentativa); mas abarca também a verdade moral (correção de argumentos) e a verdade na intenção dos participantes da interação (sinceridade e clareza argumentativas). Portanto, constitui-se por uma forma de racionalidade comunicativa, mas que representa uma pretensão de validade.

Por isso, a verdade é uma proposição passível de ser examinada, aceita ou refutada. Cabe ao leitor da informação, por certo, se esforçar “[...] não somente em avaliar o conflito de modo imparcial, sob pontos de vista morais, mas também em superá-los de modo consensual, não seguindo simplesmente seus afetos e interesses imediatos” (HABERMAS, 2012a, p. 50). Assim, o discurso teórico nos provoca, no processo de combate às fake news, à atitude de problematização constante das informações, à explicação teórica da asserção problematizada e à superação da leitura ingênua para o nível da autorreflexão.

No discurso teórico, o participante da interação (neste artigo, o leitor de textos na esfera digital), antes de compartilhar uma informação em uma rede social, por exemplo, deve compreendê-la como verdadeira. Dessa forma, ao decidir compartilhá-la, tem responsabilidade em relação às formas enunciativas e aos contextos de produção dos enunciados.

Por conseguinte, por essa concepção, ao divulgar a notícia de que, no governo do ex-presidente Lula, ocorreu o menor nível de desmatamento na Amazônia (Figura 2) ou que, ao aprovar a forma de pagamento por meio do PIX, o presidente Bolsonaro interferiu nos lucros dos banqueiros (Figura 4), informações já checadas e classificadas como fake news, o interlocutor atesta aos outros leitores ter problematizado a informação (por exemplo, ter realizado levantamento sobre os níveis de desmatamento no país), ter aceito as justificativas sobre a informação

(tal como o entendimento de que é possível a um presidente interferir no setor bancário) e, também, ter refletido sobre as circunstâncias e as significações que a envolve (a exemplo do entendimento das consequências do desmatamento e da contradição econômica vivenciada no país pelos altos lucros do setor bancário).

Já o discurso prático provoca o leitor a uma atitude de verificação da informação quanto às normas sociais vigentes, justificando-as de forma imparcial. Desse modo, esperamos do leitor imerso na cultura digital que seja capaz “[...] de assumir uma postura reflexiva diante dos próprios padrões valorativos que interpretam as carências elementares” (HABERMAS, 2012a, p. 52) e, caso necessário, promover a correção de argumentos colonizadores, mediado pela linguagem e pelo diálogo.

Assim, por meio do discurso prático, o leitor é impelido à atitude constante de problematização das informações em relação aos valores morais aceitos pela sociedade, o que o levará à reflexão sobre os fatos que motivaram tal publicação. Ao socializar as publicações mencionadas anteriormente, que tematizam sobre órgãos ambientais (Figura 2) e sobre instituições bancárias (Figura 4), espaços pertencentes ao mundo sistêmico, mas que interferem na vida das pessoas, o interlocutor estará reconhecendo-as como pertencentes ao contrato social vigente.

No entanto, ao problematizar a correção das informações que compõem o enunciado das publicações, exercendo a função de leitor crítico, o interlocutor provavelmente rejeitará os modos de a sociedade e de setores governamentais agirem em relação ao meio ambiente e à economia do país, o que deve provocá-lo a ampliar sua atuação na esfera pública digital visando à correção normativa do discurso. Dessa forma, no combate à desinformação, caracterizada também pelas fake news, esperamos que esse leitor, ao atuar pelo discurso prático, transcenda aspectos teóricos sobre a problemática, evidenciando, de forma prática, os efeitos das falsas notícias nas interações sociais.

Por fim, é apresentado por Habermas (2012a) o discurso explicativo: forma de argumentação que visa à compreensibilidade dos argumentos. Cabe ao leitor crítico, ao verificar a incompreensibilidade da informação, ampliar o leque contextual e de informatividade, procurando, portanto, torná-la inteligível. Esse tipo de discurso, embora reconheçamos como importante para o entendimento das informações veiculadas nas redes digitais e, portanto, na formação do leitor crítico, não será focado neste estudo.

2.1 Desinformação e colonização de esferas públicas digitais

Conforme apresentado aqui, compreendemos que a propagação de fake news corresponde ao rompimento do contrato social argumentativo mediado por ações do discurso teórico e do discurso prático. Por certo, quando os discursos veiculados na esfera pública são dominados por interesses econômicos ou políticos, acontece o declínio do espaço público e ocorre a colonização do mundo da vida (espaço das relações ordinárias) pelo mundo sistêmico (espaço das relações institucionalizadas). Com isso, são estabelecidas relações de domínio e de poder na divulgação de informações nas redes digitais, evidenciando o caráter colonizador de certas esferas públicas.

Isso ocorre porque o mundo sistêmico possui mecanismos de controle, a exemplo do capital econômico e do poder político, que favorecem a sua autorreprodução, conforme apresentado nas Figuras 2 e 4. Os elementos que legitimam o mundo sistêmico na atualidade – dinheiro, sucesso, poder, burocracia, intimidação, cancelamento etc., desestruturam o mundo da vida, desestabilizando as relações empenhadas para o entendimento mútuo, de forma não coativa, pois “[...] no instante em que os imperativos dos subsistemas autonomizados conseguem levantar seu véu ideológico eles se infiltram no mundo da vida a partir de fora – como senhores coloniais que se introduzem numa sociedade tribal –, impondo a assimilação [...]” (HABERMAS, 2012b, p. 639).

O processo de colonização favorece a disseminação de fake news e, portanto, ratifica o fenômeno da desinformação à medida em que a esfera pública digital torna-se dominada pela lógica sistêmica (política, econômica, entre outras) e, dessa forma, desloca os leitores de seus contextos naturais de interpretação das informações, tornando-os observadores dos fatos veiculados. Por isso, no processo de colonização, o mundo da vida, que corresponde às crenças, aos valores, às tradições, às definições compartilhadas entre os falantes (que também podem ser problematizadas), dá lugar apenas ao sistema, quando “os atores não aparecem como sujeitos agentes; eles passam a ser unidades abstratas às quais são atribuídas decisões e, desse modo, efeitos de ação” (HABERMAS, 2012b, p. 429).

Um exemplo de colonização do mundo da vida pelo sistema e que amplia o fosso em relação à checagem de fatos pode ser evidenciado na Figura 3: a postagem do pastor evangélico Silas Malafaia sobre um possível favorecimento ilícito financeiro da jornalista Vera Magalhães, pelo governo do estado de São Paulo.

A postagem, por certo, tem como objetivo provocar o leitor, principalmente o que frequenta a esfera pública religiosa, a duvidar dos meios de comunicação jornalísticos, o que poderá interferir no entendimento dessas pessoas sobre seu próprio mundo da vida.

Esse processo de colonização ratifica que a esfera pública digital, por vezes, pode tornar-se limitada e dominada por interesses outros, que superam as condições discursivas na formação de opinião. Por isso, é importante, por parte dos utilizadores/leitores da cultura digital, o empreendimento de postura ética no tratamento das informações, no sentido de essa esfera representar espaço de criação e de manutenção de uma dinâmica argumentativa constante na sociedade.

Por isso, esses espaços devem construir-se a partir de uma ética discursiva, que coloque em primeiro plano as necessidades das pessoas e dos grupos representados por elas no processo de instituição dos debates. Valorizam-se atos reflexivos de leitura, em que as argumentações apontam para além de concepções individuais e particulares de certos grupos dominantes, mas a esfera pública pode tornar-se espaço de diálogo social entre grupos com diferentes vivências e circulação nos mundos da vida e no mundo sistêmico.

Concordamos com Habermas quando diz que “A ética do discurso não dá nenhuma orientação conteudística, mas sim, um procedimento rico de pressupostos, que deve garantir a imparcialidade da formação do juízo” (HABERMAS, 1989, p. 148). Portanto, a linguagem, como meio de interação entre os grupos sociais, é capaz de promover ações comunicativas que gerem a concordância e a aceitação da informação ou também espaços para a problematização das pretensões de validade dos discursos apresentados por esses grupos nas esferas públicas digitais, de forma não coativa.

Para Targino e Cavalcante (2020), pensar em ética do discurso para a divulgação de informação, alicerçada na teoria crítica habermasiana, nos faz romper com a ideia de posturas acríticas, antirreflexivas e monológicas no contato com informações veiculadas nas mídias digitais e contribui para a promoção de atitudes leitoras críticas, problematizadoras, argumentativas e decolonizadoras. Dessa forma, potencializam-se condições para que o leitor possa ver, agir e entender a si, ao outro e ao mundo à sua volta para, assim, significar as informações a partir de contextos sociais, econômicos, políticos, educacionais, religiosos, entre outros.

Considerações finais

A ética do discurso, nessa perspectiva crítica, representa uma forma reflexiva da ação comunicativa, em que as argumentações apontam para além de concepções individuais e particulares e promovem a tessitura dos diálogos entre os grupos sociais. No entanto, quando grupos, ao participarem da esfera pública digital, utilizam como estratégia colonizadora a disseminação de fake news, por certo favorecem o surgimento de patologias sociais da informação (TARGINO; CAVALCANTE, 2020), entre elas a desinformação, a hiperinformação (excesso de publicações que promovem a invisibilidade de informações relevantes) e hipertrofia da informação (a veiculação de muitas informações no mesmo espaço-tempo, o que gera certa confusão mental no leitor).

Esperamos, assim, que a constituição da ética (do discurso) da informação, como apresenta Tiburi (2017), nos provoque a pensar no elo que une subjetividade e ações políticas. Também, que ela supere a perspectiva de uma era com *desvalores* e *dessubjetivações* generalizadas, como parece ser a marca do contexto da pós-verdade. Por fim, a ética do discurso no tratamento da informação problematiza a concepção de verdade como mercadoria ou coisificação e, por isso, retomando o diálogo com Tiburi (2017), convida o leitor crítico a problematizar como a verdade se constitui nas interações realizadas nas esferas públicas em tempos de *verdades digitais*.

Referências

BATESON, Gregory. **Mind and Nature: A Necessary Unit**. New York: E. P. Dutton Press, 1979.

BAUMAN, Zygmunt. **Retrotopia**. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CHATES, Tatiane de Jesus. (Org.). **Perspectivas educacionais em tempos de pós-verdade**. Jundiaí-SP: Paco Editorial, 2017.

CURCINO, Luzmara et al. **Discurso e (pós)verdade**. São Paulo: Parábola, 2021.

DUNKER, Christian et al. **Ética e Pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

FAUSTINO, André. **Fake news: a liberdade de expressão nas redes sociais na sociedade de informação**. São Paulo: Lura Editorial, 2019.

FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC/Fortaleza: Armazém de Cultura, 2018.

FERRARI, Pollyana. (Org.). **Nós: tecnoconsequências sobre o humano**. Porto Alegre: Editora Fi, 2020.

HABERMAS, Jürgen. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro,

1989.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia**. Entre factividade e validade, v. 2. Trad. Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do agir comunicativo**: racionalidade da ação e racionalização social, v. 1. Trad. Paulo Astor Soethe. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012a.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do agir comunicativo**. Racionalidade da ação e racionalização social, v. 2. Trad. Flávio Beno Siebeneichler. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012b.

HER. Direção: Spike Jonze. Produção: Annapurna Pictures. Estados Unidos, Warner Bros, 2013. 1 DVD.

KEYES, Ralph. **A era da pós-verdade**: desonestidade e enganação na vida contemporânea. São Paulo: Vozes, 2018.

LE MOS, André. **A tecnologia é um vírus**: pandemia e cultura digital. Porto Alegre: Sulina, 2021.

OLÉA, Frederico. **Verdade em Habermas**. Porto Alegre: Editora Fi, 2018.

PEROSA, Teresa. O império da pós-verdade. **Época**, 2017. Disponível em: <https://epoca.oglobo.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 10 out. 2017.

RAIS, Diogo. **Fake news**: a conexão entre a desinformação e o direito. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2018.

SANTAELLA, Lucia. Do clímax ao anticlímax das redes sociais. Prefácio. In: FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC/Fortaleza: Armazém de Cultura, 2018a.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras/ Cores Editora, 2018b.

SANTAELLA, Lucia. **De onde vem o poder da mentira?** Barueri: Estação das Letras/Cores Editora, 2021.

SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001.

STENGERS, Isabelle. **No tempo das catástrofes**. São Paulo: Cosac e Naify, 2010.

TARGINO, Maria das Graças; CAVALCANTE, Anderson Victor Barbosa. Admirável mundo novo da ética da informação 2.0 em tempos de fake news. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 5, n. 1, p. 33-53, jan./jun. 2020. DOI: <https://doi.org/10.36517/2525-3468.ip.v5i1.2020.43238.33-53>. Acesso em: 16 out. 2022.

THE SOCIAL DILEMMA. Direção: Jeff Orlowski. Produção: Exposure Labs, The Space Program, Argent Pictures, Agent Pictures. Estados Unidos, Netflix, 2020.

TIBURI, Marcia. Pós-verdade, pós-ética: uma reflexão sobre delírios, atos digitais e inveja. In: DUNKER, Christian et al. (Orgs.). **Ética e pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017. p. 81-128.

TURKLE, Sherry. **Alone together**. Nova York: Basic Books, 2011.

Sobre as autoras

Jaqueline Barreto Lé - Doutora em Linguística. Professora Adjunta do Centro de Formação de Professores da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (CFP/UFRB). Salvador-BA. E-mail: jaqueline.le@ufrb.edu.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3461314846914598>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4784-2999>.

Úrsula Cunha Anecleto - Doutora em Educação. Professora Adjunta do Departamento de Educação e do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos (PPGEL) da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS). Feira de Santana-BA. E-mail: ucanecleto@uefs.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7781613113942036>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3027-9474>.

Ana Elisa Ribeiro - Doutora em em Linguística Aplicada. Professora titular do Departamento de Linguagem e Tecnologia do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET MG), Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, pesquisadora do CNPq; Belo Horizonte, MG. E-mail: anadigital@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7474445800716834>. OrcID: <https://orcid.org/0000-0002-4422-7480>