

Da manipulação das massas nas redes sociais às ações de combate à desinformação¹

From mass manipulation on social networks to actions to combat disinformation

¹ Agradeço a leitura criteriosa e generosa dos professores Valdinar Custódio Filho (UECE) e Luiz Fernando Gomes (UFAL). As observações que fizeram sobre o texto foram muito valiosas. A responsabilidade pela manutenção de pontos de vista e escolhas discursivas é inteiramente minha.

Débora Liberato Arruda Hissa  

debora.arruda@uece.br

Universidade Estadual do Ceará – UECE

Resumo

Neste texto, apresento uma reflexão sobre a desinformação como estratégia político-discursiva aceita, validada e divulgada como verdade “inquestionável” por grupos na hipermidia. Questiono a prática educacional, política e midiática de combater desinformação com a divulgação de informação curada e comparo as massas discursivas com as bolhas nas redes sociais, a partir de uma perspectiva freudiana da Psicologia das Massas (FREUD, 2011). Entre as discussões propostas, descrevo as principais ações de combate à desinformação estabelecidas no âmbito global, sobretudo no Brasil, nesses últimos anos. Detalho algumas agências de checagem e movimentos sociomidiáticos estabelecidos e atravessados pela cultura digital (CHAUÍ, 2017, 2021) que apelam para o letramento crítico da população, para verificar os fatos e não consumir desinformação, seja divulgando ou produzindo conteúdo falso. Por fim, reflito sobre as potencialidades democráticas da internet e sua relação com a alteridade discursiva em contraste com movimentos ambivalentes de destituição do outro, fortalecidos pelos algoritmos, que passaram a gerenciar e padronizar nossas subjetividades, criando predileções e demandas de consumo.

Palavras-chave

Desinformação. Agência de Checagem. Redes Sociais.

Abstract

In this text, I present a reflection about disinformation as a political-discursive strategy accepted, validated and disseminated as an “unquestionable” truth by groups in hypermedia. I question the educational, political and mediatic practice of combating disinformation with the dissemination of curated information and I compare the discursive masses with the bubbles in social networks, from a Freudian perspective of mass psychology (FREUD, 2011). Among the proposed discussions, I describe the main actions to combat disinformation established at global level, especially in Brazil, in recent years. I detail some checking agencies and socio-mediatic movements established and crossed by digital culture (CHAUÍ, 2017, 2021) that take into account critical literacy, to verify the facts and not consume disinformation, whether disseminating or producing false content. Finally, I reflect on the democratic potential of the internet and its relationship with discursive al-

FLUXO DA SUBMISSÃO

Submissão do trabalho: 01/10/2022

Aprovação do trabalho: 17/11/2022

Publicação do trabalho: 07/12/2022

 10.46230/2674-8266-14-9587

COMO CITAR

HISSA, Débora Liberato Arruda. Da manipulação das massas nas redes sociais às ações de combate à desinformação. **Revista Linguagem em Foco**, v.14, n.2, 2022. p. 68-89. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/9587>.

Distribuído sob



Verificado com

Plagius
Detector de Plágio

terity in contrast to ambivalent movements of destitution of the other, strengthened by algorithms, which began to manage and standardize our subjectivities, creating predilections and consumption demands.

Keywords

Misinformation. Checking Agency. Social networks.

Uma introdução *fake*...

Começo categórica: desinformação não se “combate” com informação. Sim, estamos romantizando (e reciclando) mais uma vez a ideia iluminista de que o conhecimento nos tirará das trevas, nos iluminará para uma vida mais civilizada e consciente, cuja razão e lógica implicadas em premissas facilmente relacionadas ao silogismo puro das sentenças nos mostrará a verdade e ela, por ser *A verdade*, seria compartilhada de formal linear, horizontal e universal. Como consequência, pelo conhecimento da verdade, poderíamos provar os sabores da ciência, do raciocínio lógico, da argumentação formal, da coerência implícita e explícita do texto, etc., etc. Pronto. Verdade estabelecida. Estamos salvos da escuridão medieval de narrativas metafísicas, mitológicas, sanguinárias, divinas, passionais e políticas.

Com a razão iluminista compartilhada entre os humanos letrados, escolarizados, leitores do mundo, a realidade tácita dos fatos e das evidências prevaleceria. Com a razão iluminada, um raciocínio silogístico simples (a premissa X é verdadeira porque a premissa Y é falsa) seria suficiente para compreender as informações curadas por especialistas (aqueles que trabalham com dados, fatos, evidências empíricas e metodologias científicas) e todos conheceriam as informações verdadeiras e abandonariam as narrativas falsas. Com a razão advinda do conhecimento linguístico-filosófico, com a comprovação metodológica do positivismo (positividade dos dados) e com a experimentação da ciência moderna (raciocínio comprovado pelas evidências) não haveria mais a relativização do que é verdadeiro a partir das convicções que pessoas ou grupos têm, não haveria mais a argumentação da necessidade de transparência em nome do acesso aos fatos. Simples, não?

Claro que sabemos a resposta à minha provocação meramente retórica. Claro que já entendemos, há décadas, que estamos lidando com crenças tão bem estabelecidas e com a ideia de embate discursivo tão violenta entre grupos antagônicos que as narrativas “de verdade” não são (nem nunca foram) compartilhadas. Ao contrário. Se um grupo antagônico aceita uma narrativa, é muito provável

que isso já seja suficiente para invalidá-la em outro grupo. *Eles dizem/acreditam/confiam (n)isso, então nós já sabemos que é falso*. Não há mais interpretação. A vida, os dados, as crenças já foram interpretadas antes da história, antes de a narrativa ser lida ou sequer mencionada. A leitura do mundo precede a leitura da palavra de uma forma bem menos freiriana e bem mais freudiana. *Eu desejo que esta narrativa seja verdadeira, então ela será/é*. Meu grupo diz que é; meu líder diz que é, então eis a **verdade**¹. Abram alas para a psicologia das massas e para o narcisismo egoico radical.

Toda essa discussão sobre desinformação parece óbvia hoje, no atual contexto político brasileiro. Como cidadãos letrados e informados (nos sentidos amplo e restrito), já sabemos que a probabilidade de uma notícia falsa ser retransmitida é 70% maior do que uma notícia verdadeira, já sabemos que a estratégia discursiva de fabricação de fake news ganha eleições, mas também já sabemos que a proposta de combater desinformação nas redes e responsabilizar aqueles que divulgam fake news não foi ainda aprovada na câmara². Porém, o que esse saber significa? Significa que já admitimos a “normalidade” da mentira³ e da difamação como **estratégia política**, senão, como explicar que mais de 30 mil notícias falsas⁴ são acessadas por mês apenas em uma única rede social (Twitter) – que sequer é mais utilizada pelos usuários das redes sociais – as quais manipulam e distorcem informações de apenas um único veículo de notícias (o canal G1)?

Assim, está mais do que comprovado⁵, numericamente falando, que divul-

- 1 Segundo Tiburi (2017), a verdade é um campo, um espectro, o qual possui do outro lado mais um espectro: o da falsidade. O termo pós-verdade, por exemplo, estaria no espectro da verdade, conceito que coloca o fim da verdade como um valor maior, como uma verdade útil, consumível e consumida.
- 2 A Câmara dos Deputados tem 50 propostas que buscam combater, limitar a disseminação ou mesmo criminalizar notícias falsas (fake news). A mais antiga delas é de 2005. Já em 2020 foram apresentados 21 projetos com o tema. Fonte: Agência Câmara de Notícias. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/666062-combate-a-fake-news-e-tema-de-50-propostas-na-camara-dos-deputados>. Acesso em: 20 out. 2022.
- 3 Em seu livro, D'Ancona (2018) diz que vivemos numa época em que a arte da mentira está abalando as próprias fundações da democracia e do mundo como o conhecemos, pois o que importa não é a veracidade, mas a história e o impacto causado.
- 4 Conferir informação em: <https://www.terra.com.br/noticias/geradores-de-tuites-e-de-titulos-do-g1-falsos-superam-30-mil-acessos-por-mes-durante-as-eleicoes,9287967d2f06cb2eedcec091ef1189e7s4ey4vmo.html>. Acesso em: 20 out. 2022.
- 5 Com estratégias de mentir e divulgar informações falsas nos quatro anos que esteve à frente da presidência da república (2018 a 2022), todas marcadamente desmentidas por inúmeros veículos midiáticos (inclusive por agências de checagem), Bolsonaro, entre o primeiro turno de 2018 e o primeiro turno de 2022, ampliou seu eleitorado em mais de 1 milhão e 700 mil votos. Fonte: Poder 360°. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/bolsonaro-ganhou-17-milhao-de-votos-em-4-anos/>. Acesso em: 20 out. 2022).

gar e consumir fake news⁶ e desinformação⁷ é uma estratégia político-discursiva não só aceita por uma parcela enorme de pessoas (letradas, escolarizadas) – que têm acesso a informações curadas, verdadeiras, e aos fatos – como também validada e divulgada como verdade inquestionável. Por que, então, ainda insistimos em combater desinformação com a divulgação de informação verdadeira? Por que o ideário iluminista ainda ronda tão idilicamente o imaginário das escolas e da academia a ponto de nos cegar diante de evidências tão escancaradas? Isso dito por uma professora, linguista e pesquisadora, pode parecer contraditório, mas não é. Pretendo, junto com os leitores, refletir sobre o jogo antitético que está desnudado na nossa cara e elucidar, mesmo sem respostas precisas, outras formas de *inéditos viáveis*, de *futuridade a ser construída*, em alusão onírica (espero que não delirante) ao mestre Paulo Freire.

Antes de entrar propriamente no jogo, pretendo apresentar um mapeamento de ações no combate à desinformação, estabelecidas no âmbito global, sobretudo no Brasil, nos últimos anos. Meu objetivo é apresentar essas ações de modo resumido para que tenhamos uma ideia dos movimentos sociomidiáticos estabelecidos e atravessados pela cultura digital que apelam para o letramento (crítico?) da população (altamente ideologizada e reacionária) para não acreditar em fake news e não consumir desinformação (seja divulgando ou produzindo). Esse apelo se estabelece na era da hiper-tecnologia e da sociedade da informação, mesma era que contribuiu para a divulgação em massa de desinformação, gerando o fenômeno da Infodemia (HISSA; ARAÚJO, 2021). Eis o efeito dialético da democracia da web e das redes sociais: quando “todos” podem falar, escrever, criar, filmar, manipular e publicar, acaba-se duvidando de tudo. A era da hiper-informação nos deu de presente o relativismo radical? A web seria o vetor definitivo da pós-verdade? (D’ANCONA, 2018).

Acredito que tais ações no combate à desinformação possam nos mostrar, enquanto linguistas aplicados, caminhos e vieses para nossas pesquisas, com o enfoque no ensino de leitura, pois, como bem argumenta Gomes (2019, p. 184), “a verdade é um ideal a ser perseguido e não um direito a ser esperado indolentemente”; “ela será abafada a menos que façamos um contra-ataque racional

6 Há uma vasta literatura que explica o fenômeno complexo e mutante das fake news. Sugiro a leitura do dossiê “Desordem informacional e propagação de fake news: a importância da formação do leitor” (ASSIS; KOMESU; POLLET, 2021).

7 Há vários tipos de informação que circulam nas redes sociais. As que nomeei como mentira dizem respeito àquelas que são deliberadamente fabricadas por uma milícia digital que usa atores humanos e não humanos para enganar, prejudicar e alimentar o discurso de ódio das redes. Sobre esse assunto, sugiro a leitura do artigo de Hissa e Araújo (2021).

e emocional também”. É esse contra-ataque racional (estudos da linguagem) e emocional (psicologia das massas) que pretendo movimentar aqui.

1 Agências de checagem e mídias alternativas como tentativas de combate à desinformação

As iniciativas (didáticas ou não) de redes, coletivos e agências de combate à desinformação, às fake news, ao negacionismo, nos últimos anos de Infodemia⁸ generalizada, tiveram boa circulação em bolhas discursivas digitais de identificação ideológica e política progressistas, é fato; mas pouco efeito irruptivo, no que se refere à mudança na práxis, causaram na camada grossa de crença messiânica, anticiência, intolerante de certas bolhas digitais. Muitas dessas ações precipitaram, com o auxílio da potencialidade da web, movimentos de curadoria digital de verificação de declarações (dados, alegações, evidências) públicas (seja um documento, um site, uma rede social) como um novo gênero jornalístico. Essa curadoria feita por muitas agências de checagem mostrou que há pelo menos dois tipos de usuários nas redes: aquele que faz ações de seleção, avaliação e interação, e aquele que recebe pacotes prontos de informação, as quais são todas “integradas em um mesmo padrão cognitivo e sensorial, uma vez que educação, notícias e espetáculos são fornecidos pelo mesmos meio, os conteúdos se misturam e se tornam indiscerníveis”. (CHAUÍ, 2021, p. 181).

As agências de checagem lidam diariamente com uma mescla de conteúdos (arte, religião, política, economia, lazer, sexo, ativismo, comércio, educação, sentimentalidade, etc.) presentes nos conteúdos disponíveis nas redes. Elas lidam com informações que encenam a realidade, que simulam a verdade de várias formas, graças à qualidade técnica dos recursos e das ferramentas da hipermedia, ampliados, impulsionados e potencializados pela web. Sobre a virtualidade real, Chauí (2021) explica que, no mundo virtual, o simbólico é devorado pelas imagens, enquanto os contextos semânticos são fragmentados e unificados a partir de uma mistura de sentidos aleatórios, o que ocasiona a unificação de manifestações culturais distintas no mesmo espaço e no tempo. Por isso, com frequência, vemos vídeos, imagens, textos, áudios de décadas atrás sendo atualizados, resignificados, reescritos nas redes como uma narrativa de presente imediato, como narrativas de verdade. É nesse fluxo de imagens, sons, vídeos e textos virtuais e atemporais que as agências de checagem trabalham.

8 Sobre Infodemia, sugiro a leitura do artigo de Hissa e Araújo, Infodemia na sociedade do desempenho: entre o mural panfletário e o panóptico digital. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*. 2021, v. 21, n. 4, p. 1011-1035.

Ao longo dos anos, sobretudo depois de 2016⁹, centros internacionais de pesquisa em jornalismo criaram muitos projetos de verificação de fatos, a fim de analisar se as afirmações publicizadas por figuras públicas eram verdadeiras ou falsas, ou se aquelas histórias de grande repercussão na mídia social (popularmente conhecidas como histórias virais) eram reais. Como exemplo de projeto bem-sucedido, temos o Reporters' Lab¹⁰, um projeto da Duke University's DeWitt Wallace Center for Media & Democracy. Os jornalistas desse projeto criaram um banco de dados¹¹ de sites de checagem, compilando 380 sites ativos de verificação de fatos em todo o mundo e produziram um guia¹² para os verificadores de fatos de alcance mundial.

O Reporters' Lab¹³ rastreia centenas de organizações não partidárias em todo o mundo e divulga censo anual de checagem de fatos. Essas organizações publicam regularmente artigos, vídeos e relatórios com o objetivo de: 1. apresentar métodos, propostas e projetos de verificação [com base na exatidão] de informações, conteúdos e textos publicizados por figuras públicas e instituições proeminentes na sociedade de cada país; 2. desmascarar rumores, boatos e outras formas de desinformações que se espalham online e que têm potencial disruptivo para a democracia dos países; 3. rever e cobrar as promessas políticas feitas por candidatos e partidos políticos, a fim de fiscalizar se elas foram cumpridas ou não.

Os dados coletados e organizados pelo Reporters'Lab nos mostram que houve um aumento dos sites de checagem entre os anos de 2018 a 2022, com pico de crescimento no ano de 2019. Observando a imagem 1, vê-se que a Europa é o continente que possui mais site de verificação de fatos (111 sites em 2022). Segundo a Reporters' Lab quase dois terços dos verificadores de fatos são afiliados a organizações de mídia (226 de 378 verificadores totais no mundo, ou cerca de 60%).

9 Ano das eleições norte-americanas em que Donald Trump foi eleito em uma campanha repleta de fake news.

10 Disponível em: <https://reporterslab.org/>. Acesso em: 22 out. 2022.

11 Para fazer parte desse banco dados, é necessário que os sites de verificação analisem as informações de modo horizontal, isto é, checando todas as partes envolvidas e percorrendo todos os lados da argumentação. Também é necessário que identifiquem e apresentem de forma transparente suas fontes, expliquem seus métodos de checagem, divulguem seu financiamento e suas afiliações.

12 Disponível em: <https://reporterslab.org/fact-checking/>. Acesso em: 22 out. 2022.

13 Os critérios do Reporters' Lab são semelhantes aos do Código de Princípios da International Fact-Checking Network (<https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/>).

Imagem 1 – Verificadores de fatos por continente¹⁴

	2018	2019	2020	2021	2022 (YTD)
Austrália	3	4	6	6	6
Africa	20	27	36	39	36
South America	25	43	43	43	39
North America	84	77	89	86	83
Asia	67	88	101	106	103
Europe	87	101	106	111	111
Total	286	340	381	391	378

Fonte: Reporters' Lab.

Para compor o banco de dados do Reporters' Lab, é necessário cumprir os padrões usados pela Rede Nacional de Verificação de Fatos (IFCN¹⁵), um projeto baseado no Instituto Poynter em São Petersburgo, Flórida. A IFCN envolve 98 organizações signatárias¹⁶ ativas que utilizam o mesmo código de princípios de curadoria das informações. Criado em 2016, o código de princípios da IFCN visa ao compromisso, por parte dos membros verificadores signatários de diversos países, pela checagem todos os lados da informação – com padrões definidos e com transparências das fontes, dos financiamentos e da organização administrativa por trás da agência de verificação –, além do apartidarismo fundamental para pertencer à Rede. Como representantes signatários brasileiros da IFCN, temos as agências de checagem Estadão Verifica, Lupa e Uol Confere.

Para fazer parte da rede, as agências devem cumprir 25 critérios, distribuídos em cinco princípios, como usar os mesmos padrões de evidência e julgamento para todas as informações avaliadas, independentemente de quem fez a solicitação, e identificar as fontes de todas as evidências significativas usadas na verificação dos fatos (fornecendo links relevantes, por exemplo), de modo que o usuário das mídias sociais possa replicar a informação curada caso deseje.

Para avaliar a necessidade e a viabilidade da verificação das informações por parte das agências de checagem, alguns movimentos indagativos (retrospe-

14 Segundo dados do último censo (2021), existem sites verificadores de fatos em pelo menos 102 países, ou seja, em mais de metade das nações do mundo.

15 International Fact-Checking Network. Trata-se de uma unidade do Instituto Poynter dedicada a reunir verificadores de fatos em todo o mundo. Para mais informações, acesse o site <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>

16 Todos os signatários fazem parte do banco de dados do Reporters' Lab.

tivos e prospectivos) de curadoria¹⁷ por parte dos checadores são importantes:

- a) a checagem tem como base informações verificáveis em documentos/sites oficiais, institutos de pesquisa, organizações acadêmico-científica?
- b) a informação tem uma ampla disseminação na mídia e nos debates nas redes sociais?
- c) a veracidade da informação foi contestada por atores políticos ou sociais?
- d) trata-se de uma informação relevante para ser desmentida?
- e) a informação tem impacto na vida dos cidadãos de determinado país?
- f) a informação é de interesse para um grande número de pessoas?
- g) a informação tem valor de caráter político, econômico e educacional ou apenas de entretenimento?

Essas perguntas podem delinear formas de curadoria digital refletidas em cada informação verificada, além de mostrar para os usuários das redes como se dá o processo de checagem e como se chegou a tal conclusão sobre a veracidade ou não das informações.

Feita a curadoria, a checagem e a avaliação das informações, os verificadores apresentam os resultados para os usuários das mídias sociais, geralmente em suas redes ou sites. Antes, as agências adotavam um sistema de classificação das informações **por cores** (verde para fatos inequívocos, amarelo para fatos ambíguos, cinza para impossibilidade de checagem da informação, laranja para desinformação ou dados incorretos, e vermelho para informação falsa claramente manipulada) ou **por legendas** (parcialmente verdadeira, parcialmente incorreto, absolutamente verdadeiro e completamente falso). Hoje, a maioria das agências mudou seu modo de apresentação das informações checadas. Para facilitar a interlocução com os usuários das redes e não causar ambiguidades, contradições e equívocos na interpretação, as agências passaram a adotar etiquetas. Temos como exemplo a Agência Lupa, maior agência de checagem de fatos atualmente no Brasil, que adotou as seguintes etiquetas: -Falso, -Contraditório, -Verdadeiro, -Ainda é cedo, -Exagerado, -Subestimado, -Insustentável, -Verdadeiro, mas, - De olho.

17 Perguntas propostas como movimentos de curadoria foram escritas com base nos dados da organização norueguesa sem fins lucrativos Faktisk. Ela trabalha como um conselho editorial independente para a verificação de fatos do debate público. Disponível em: <https://www.faktisk.no/>. Acesso em: 26 out. 2022.

Imagem 2 – Etiqueta referente à informação falsa adotada pela Agência Lupa



Fonte: Twitter Agência Lupa¹⁸

Aqui no Brasil, a verificação de fatos ganhou popularidade com as agências de checagem de base jornalística. Elas se caracterizam como grupos apartidários que apuram a veracidade dos fatos publicados nas redes sociais mais populares do Brasil, como Instagram, Twitter, Youtube, TikTok. Muitas dessas agências adotam a curadoria, baseada na qualidade do conteúdo, para selecionar os textos multissemióticos que serão checados nas redes.

As principais agências de checagem hoje no Brasil são a Agência Lupa, Aos fatos, Estadão Verifica, Uol Confere, Truco, Fato ou fake, Comprova, FactCheck.org, Boatos.org, E-farsas e Checazap. Cada uma toma como base metodologias de checagem usadas e validadas internacionalmente e elegem informações dadas e publicadas por atores públicos, ou potencialmente falsas que ganham ampla circulação nas redes sociais e nos aplicativos de mensagem. Para a seleção das informações que serão curadas, os profissionais que trabalham nas agências de verificação precisam filtrar diariamente o que é dito por políticos, influencers, youtubers, celebridades, líderes sociais e militantes religiosos em vários meios de comunicação e mídia.

Segundo o site da Agência Lupa¹⁹, os profissionais responsáveis pela checagem das informações escolhem o conteúdo que irão fazer a curadoria digital com base no tripé sujeito-conteúdo-alcance. Esse tripé pode ser assim representado: 1. Quem fala? (preferência a informações publicizadas por personalidades de destaque nacional), 2. O que fala? (assuntos de interesse público que afetem o

18 Disponível em: <https://twitter.com/agencialupa>. Acesso em: 26 out. 2022.

19 Disponível em: <https://lupa.uol.com.br>. Acesso em: 26 out. 2022.

maior número de pessoas possível) e 3. Faz barulho? (conteúdos que ganharam destaque na imprensa, na internet, nas redes sociais nos últimos dias ou nas últimas horas).

Para trabalhar a curadoria das informações com base na qualidade do conteúdo, os checadores observam o grau de veracidade da informação a partir da avaliação de dados históricos, estatísticos, legais, científicos, fazendo uma coleta geral de todo o conjunto de informações curadas relativas à veracidade dos fatos (bases de dados oficiais e verificação de informações públicas), levantando “tudo” que já foi publicado sobre o assunto, em diferentes mídias, em diferentes espaços.

Além das agências de checagem brasileiras, ações como o Programa permanente de combate à desinformação no âmbito da justiça eleitoral²⁰, o Guia para influenciadores digitais nas eleições de 2022²¹, a Rede Nacional de Combate à Desinformação²² (RNCD), o Programa de combate à desinformação do Supremo Tribunal Federal²³, a parceira feita pela Agência Lupa e a Google News Initiative (GNI)²⁴ para monitorar desinformação divulgadas nas redes ganham relevância e respaldo social. Essas ações são extremamente importantes para a manutenção da liberdade de expressão que sustenta a democracia; para mudanças na legislação sobre a divulgação de desinformação nas redes; para o aumento do consumo de informações em fontes curadas, validadas por uma equipe editorial séria e comprometida; para a regulamentação das mídias sociais; para a valorização de uma mídia plural, crítica e participativa; para a criação de indicadores de responsabilização das empresas internacionais que gerenciam as redes sociais; para a diminuição dos discursos de ódio e da violência; e para uma nova concepção de democracia e letramento digital.

Por fim, na imagem 3, apresento iniciativas tomadas por coletivos de mídias alternativas presentes na América Latina. Em praticamente todos os países, há ações de resistência às narrativas oficiais. Essas ações de resistência incluem sites comunitários que divulgam fatos, informações e notícias através do olhar de grupos periféricos, subalternizados. Especificamente aqui no Brasil, temos 13 sites de mídias alternativas de combate à desinformação que ajudam os checa-

20 Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/#>. Acesso em: 25 out. 2022.

21 Disponível em: https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/10/guia_influenciadores_eleicoes2020.pdf Acesso em: 26 out. 2022.

22 Disponível em: <https://rncd.org/>. Acesso em: 26 out. 2022.

23 Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/desinformacao/>. Acesso em: 26 out. 2022.

24 Disponível em: <https://newsinitiative.withgoogle.com/pt-br/innovation-challenges/selected-projects-test/?region=latin-america>. Acesso em: 26 out. 2022.

Big Techs – que controlam quase todas as informações que são publicizadas e distribuídas nas redes, usando dados de milhões de usuários como matéria-prima para a extração contínua de lucros a partir da exploração de narrativas e experiências humanas.

Mídias alternativas impactam o conceito de letramento digital de modo a compreendê-lo como um conhecimento contemporâneo e emergencial atravessado pelo uso das tecnologias digitais, a fim de concretizar direitos sociais, estimular mudanças econômicas e legislativas, solucionar problemas sociais, aprimorando todo um sistema político. Porém, nem elas nem as agências de checagem, que lidam com simulacro da realidade, são capazes de lidar com o fenômeno da dissonância cognitiva coletiva²⁶, termo que se aproxima do que Dunker (2017) chamou de pós-verdade cognitiva.

Se estamos entendendo que desinformação, desordem informacional e fake news são fenômenos geridos no ambiente discursivo da pós-verdade, isto é, na ideia de que o apelo à emoção e às crenças pessoais tem maior influência para moldar a opinião pública do que fatos objetivos, evidências científicas, proposições acadêmicas, pesquisas jornalísticas sérias, como as agências de checagem – para além de todos seus esforços no que se referem à transparência da metodologia das informações verificadas –; ou as mídias alternativas, com seu empenho de apresentar outras narrativas para acontecimentos que impactam a sociedade, é possível gerar letramento digital em uma população/massa/bolha que acredita apenas nas fontes em que confia, que faz a sua curadoria digital pessoal e personalizada das informações a partir de suas redes sociais hipersingularizadas?

Se na pós-verdade, como explica Dunker (2017), a atitude estética de quem enuncia, com seu carisma e estilo, é mais importante do que argumentos objetivos, demonstrações de evidências e provas apresentadas por qualquer autoridade especializada, podemos aferir que a pós-verdade inaugurou uma nova reflexão linguística, filosófica, sociológica e psicológica sobre ‘verdade e autoridade’, sobre ‘criatividade e expressividade’, sobre ‘desejo e linguagem’, a partir da

26 Expressão atribuída ao psicólogo social norte-americano Leon Festinger (1957) e retomada pelo professor e pesquisador da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), João Cezar de Castro Rocha, que acrescentou o termo “coletiva” à expressão. Para Rocha (2022), a dissonância cognitiva coletiva ganhou instrumentalização na midiosfera extremista, isto é, nas redes sociais de extrema-direita. Trata-se de um engajamento em torno da desinformação e de teorias conspiratórias, cuja única preocupação é aumentar a presença nas redes sociais, com conteúdo abjeto e absurdo, culminando nos mais variados tipos de crimes, como se não houvesse nenhuma punição legal. Conferir a entrevista completa com o professor João Rocha no site do jornal Estado de Minas, disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2022/10/21/interna_pensar,1409943/castro-rocha-brasil-e-laboratorio-de-criacao-de-realidade-paralela.shtml. Acesso em: 12 nov. 2022.

lógica enunciativa das redes sociais, quando as crenças mais estranhas e regressivas adquiriram uma espécie de *backing vocal* garantido (DUNKER, 2017, p. 14). Tais prerrogativas me parecem inescapáveis para as pesquisas em Linguística Aplicada atualmente.

2 Redes sociais, pra que vos quero?

Antes de descrever propriamente as redes sociais, creio que vale a pena, neste ponto da discussão, refletir sobre a responsabilidade dos grandes oligopólios de hipermídias, como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, em conter a apologia à desinformação, à violência, à destruição do estado democrático de direito. Esses grupos tomam como premissas duas vertentes clássicas de uma sociedade neoliberal: liberdade e desempenho (ressignificado por vezes como habilidade e competência) e tomam o paradigma da liberdade de expressão para se eximir de quaisquer movimentos de censura. Como o sujeito do desempenho pós-moderno não segue nenhum trabalho voltado ao cumprimento do dever, à obediência, à lei, mas à liberdade, ao prazer, à gratificação (HAN, 2017, p. 60-61), essa liberdade seria uma premissa definidora de nossa atual democracia ornamentada pelo mundo virtual, pobre em alteridade e resistência, que impede os responsáveis pelas redes sociais de acionar os freios das narrativas delirantes, fechar as comportas do negacionismo e içar as velas do princípio da realidade.

Porém, se compreendermos que democracia “não define a liberdade apenas pela ausência de obstáculos externos à ação, mas a define pela autonomia, isto é, pela capacidade de os sujeitos sociais e políticos darem a si mesmos suas próprias normas e regras de ação” (CHAUÍ, 2017, p. 18), veremos que os grandes conglomerados internacionais por trás das redes sociais têm a obrigação de dar à sociedade brasileira o estabelecimento de regras e normas de ação para as informações e os conteúdos publicizados em seus domínios, em prol da manutenção da democracia, como

o único regime político realmente aberto às mudanças temporais, uma vez que faz surgir o novo como parte de sua existência e, conseqüentemente, a temporalidade é constitutiva de seu modo de ser, de maneira que a democracia é a sociedade verdadeiramente histórica, isto é, aberta ao tempo, ao possível, às transformações e ao novo. Com efeito, pela criação de novos direitos e pela existência dos contrapoderes sociais, a sociedade democrática não está fixada numa forma para sempre determinada, pois não cessa de trabalhar suas divisões e diferenças internas, de orientar-se pela possibilidade objetiva de alterar-se pela própria práxis (CHAUÍ, 2017, p. 19).

Em prol da democracia brasileira e mundial, os gigantes do Vale do Silício devem romper com a *práxis* clientelista e se responsabilizar pelo conteúdo divulgado em suas plataformas bilionárias. Eis uma mudança emergencial que não cessa de vir à tona: as informações publicizadas têm de ser publicamente discutidas, avaliadas e sofrer sanções democráticas claras por meio de regras estabelecidas no/para o ciberespaço da internet.

Segundo a organização de direitos humanos Global Witness²⁷, redes sociais como o Facebook e o Youtube permitiram a propagação de desinformação no processo eleitoral de 2022²⁸, ajudando a acelerar o processo de polarização e sua consequente violência, seja por meio do discurso de ódio, seja por meio de crimes e agressões físicas (assassinatos, espancamentos, brigas, tentativas de homicídio, etc.). Esses dados nos revelam que nossa atual indústria cultural mediada pela internet, ainda que se mostre um espaço democrático e libertário, está apenas a serviço do capital e funciona como empresa privada que opera segundo a lógica do mercado global.

Em sua origem e consequente popularização, meados dos anos 1990, a internet proporcionou aos seus usuários o contato com outras pessoas, com outras comunidades discursivas, com culturas diferentes, com práticas sociais distintas daquelas a que estavam acostumados. Sem a internet, o acesso a esse novo universo de alteridade pulsante seria impossível para a maioria de nós.

Com as potencialidades advindas da cultura digital, conhecemos formas e ferramentas de acesso ao outro, às ideias do outro, às demandas sociais e políticas do outro. A construção de/para existência do outro passou a ser um ponto fundamentalmente democrático da internet. Essa potencialidade democrática, sobretudo das redes sociais, ficou marcada por uma geração que finalmente podia ter voz de modo igualitário, já que todos têm direito de acessar e produzir informações de forma horizontalizada na web. Somos iguais no reino dos bites. A alteridade venceu a meritocracia...

Acontece que, para percebemos a alteridade [o outro de/em mim] que existe no interior dos enunciados nas redes, é necessário compreender o contexto que emoldura a interlocução, a situação de disputa, de embate entre alteridades [o outro do outro], o projeto de sentido do enunciado e como tal projeto acolheu o discurso do outro. A alteridade nas redes sociais, seria, então, um movimento

27 Cf. em <https://epocanegocios.globo.com/brasil/noticia/2022/10/youtube-e-facebook-tem-permitido-difusao-de-desinformacao-eleitoral-no-brasil-diz-ong.ghtml>. Acesso em: 22 out. 2022.

28 Cf. também em <https://www.theguardian.com/world/2022/oct/20/brazil-election-disinformation-youtube-facebook>. Acesso em: 22 out. 2022.

de orientação de nossa própria conduta com relação ao outro, de construção do nosso próprio discurso em referência ao discurso alheio, entrelaçado com ele, em resposta a ele e em antecipação a futuras respostas. Essa tensão entre o eu e o outro, como sabemos, é constitutiva do discurso. Assim, atestar a presença do outro, daquele que não se identifica comigo, daquele que me escapa e a quem minha palavra se dirige, é um processo fundamentalmente democrático que pôde/pode ser potencializado pela internet.

Mas, se somos iguais no âmbito dos sonhos libertários, somos seres metassociais no reino virtual dos algoritmos. Nele, socializamos para eliminar a socialização. Isso acontece porque, nas redes sociais digitais, a alteridade se contorce como uma fita de Moebius²⁹ (∞) que avança e retroage infinitamente, subvertendo o espaço e o sujeito, no indo e vindo infinito de pulsão, desejo e fantasia, marcados por múltiplas semioses. Para Dunker (2017, p. 33), esse problema começa quando temos uma patologia do narcisismo, ou seja, quando nos sentimos impedidos de exercer uma atitude reflexiva, de alteridade com o outro por temer que, ao assumir o ponto de vista do outro, a nossa própria identidade estaria ameaçada.

Por isso, como tudo que é gerido por/para humanos, a internet é ambivalente. O eu-digital “moderno” acredita que pode se libertar do outro, que pode se libertar do discurso do outro, que pode cancelar o outro. Ele acredita que pode apresentar uma realidade discursiva que não só destitui o outro como um ser constitutivo de si mesmo, mas também que pode marcar o outro como aquele que destrói o sistema cardiovascular do eu. Porém, como se/me libertar do que nos constitui como seres sociais e discursivos? Com ajuda vinda do reino dos bites!

O eu-digital não age sozinho no processo de eliminação do outro. Ele conta com o auxílio fundamental da mesma tecnologia que lhe deu a potencialidade de conhecer o outro, o diferente, o estrangeiro: ele dispõe do exército dos algoritmos. A história é simples: com o advento das redes sociais e a popularização dos aplicativos em dispositivos móveis, os algoritmos – procedimentos precisos de gestão da informação, de gestão do eu-identitário – passaram a gerenciar e padronizar nossas subjetividades, criando predileções e demandas de consumo.

Os algoritmos fazem uma compilação padronizada de nossas preferências de busca e nos enviam constantemente informações que destroem o *diferente* e alimentam o *igual* a mim/nós. Eles presumem que os usuários querem

29 Cf. LACAN, J. Função e campo da fala e da linguagem em psicanálise (1953). In: LACAN, J. **Escritos**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. p. 238-324.

apenas produtos/dados/fatos/informações que reforçam as suas convicções, as suas crenças, as suas ideias e os seus gostos; presumem que não queremos o encontro com o diferente, com o outro. O algoritmo, então, alicerça a nossa bolha discursiva e, por meio dela, espelha a realidade como aquilo a que se tem acesso, como aquilo que se apresenta para o usuário nas redes. Por isso, nas bolhas, jogamos o jogo da reiteração, da repetição, com pessoas que politicamente e moralmente pensam igual a nós, que rezam o mesmo credo, que creem nas mesmas narrativas que cremos. Os algoritmos criam bolhas à prova de diferença, à prova de aprendizado, à prova de experimentação, à prova de conflito.

Acostumados à nossa bolha, onde transparência e informação substituem a verdade (HAN, 2018), quando, por ações humanas ou algorítmicas, temos acesso a narrativas e construções de sentido diferentes daquelas reiteradas em nossos *feeds* das redes sociais, sofremos um impacto enorme ao percebemos que a nossa realidade não é nem compartilhada por todos nem aceita como real, como concretude estabelecida. Quando o discurso intruso escapa e penetra a nossa bolha, deixamos de entender o conflito da alteridade como plano gestor de toda democracia e passamos a ter um impulso muito primário de anulação, de eliminação do diferente, por não suportar a frustração, em um claro processo de regressão infantil para conviver somente com aqueles que pensam e agem sobre o mundo igual a nós.

Por meio das redes sociais, mudamos o jogo discursivo da linguagem, passamos do jogo de afirmação e de informação para o jogo da autoafirmação e autoinformação. Nas redes, ganhamos uma identidade própria fabricada para o formato de oferta-procura narcísica de/por reconhecimento, um reconhecimento inalcançável mediante a necessidade de renovação hiperconstante de likes. Ao fim e ao cabo, queremos receber a fatura e saber qual foi o impacto dessa oferta para o outro. E nada mais impactante do que uma narrativa sensacionalista, difamatória, falaciosa para garantir likes da minha bolha, não é mesmo?

3 Bolhas digitais como as novas massas nas redes?

Acredito que possamos analisar as bolhas discursivas das redes sociais como uma espécie de resignificação virtualizada das massas de manobra da era moderna pós-industrial. Para Freud (2011)³⁰, a massa, aqui compreendida como

30 Toda minha reflexão sobre a semelhança das bolhas discursivas com as massas tomou como base a obra *Psicologia das massas e análise do Eu e outros textos* (FREUD, 2011). Na obra, Freud explicita duas massas que ele qualifica como bastante organizadas, duradouras e artificiais: a igreja e o exército. Freud toma a Igreja Católica como modelo. Segundo ele, há um traço democrático na Igreja, justamente

aglomeração que se organiza em determinado momento para um certo fim, tem a capacidade de influir decisivamente na vida do indivíduo, impondo-o uma modificação psíquica. Segundo Freud, a massa cria no indivíduo um instinto social, instinto de rebanho, que não chega a se manifestar em outras situações de sua vida social. Isso pode explicar como e por que determinadas pessoas agem na virtualidade da bolha de forma completamente diferente de como agem em práticas sociais que demandam presencialidade e corporificação (talvez, no momento atual, a lente precisa ser ajustada para evidenciar outro foco do problema: as pessoas levaram para as práticas sociais fora das redes o modo como agem nas bolhas). Por isso, quaisquer que sejam os indivíduos que compõem a massa, sejam semelhantes ou não, tenham o mesmo estilo de vida, mesma ocupação, mesmo caráter, inteligência ou não; o simples fato de terem se transformado em massa os torna possuidores de uma espécie de alma coletiva. Essa alma os faz sentir, pensar e agir de uma forma bem diferente daquela que cada um sentiria, pensaria e agiria isoladamente.

Essa explicação com base na psicologia das massas de Freud pode nos oferecer pistas para esclarecer um questionamento contemporâneo: *como é possível que duas pessoas dotadas de uma mesma possibilidade de racionalidade, de uma mesma capacidade de julgamento cheguem a posições tão antagônicas vendo exatamente os mesmos fatos, lendo exatamente as mesmas notícias, escutando os mesmos atores sociais falarem?* Como possível explicação, Freud lembra que, numa massa, todo sentimento, todo ato é contagioso a ponto de o indivíduo sacrificar facilmente o seu interesse pessoal pelo interesse coletivo. E por que ele sacrificaria seu interesse pessoal em função da massa? Quais são os ganhos de se participar de um grupo que por vezes contraria frontalmente as ações e os discursos de um indivíduo, de um cidadão de bem?

Para Freud, o maior ganho que o indivíduo adquire na massa é um sentimento de poder invencível que lhe permite ceder a instintos que, estando só, ele manteria sob controle. Ele cede facilmente ao grupo, porque, sendo a massa anônima, o sentimento de responsabilidade que sempre retém os indivíduos desaparece por completo. Na massa, o indivíduo vê condições de atuação que lhe permitem se livrar das repressões dos seus impulsos instintivos inconscientes. Na massa, o ser humano desce vários degraus na escala na civilização. Isolado em suas práticas cotidianas hodiernas e rotineiras, o indivíduo “talvez” fosse racional, sensível à alteridade, empático. Na massa ele é um ser instintivo, impulsivo, vo-

porque diante de Cristo são todos iguais, todos partilham igualmente o seu amor, o que não ocorre no exército.

lúvel e excitável. Trata-se de um ganho prazeroso que certamente se obtém ao suprimir as inibições, já que o indivíduo da massa passa a fazer ou aprovar coisas que evitaria em condições normais de vida.

Nas massas, assim como nas bolhas discursivas das redes sociais, a noção do impossível desaparece, a noção do real se pulveriza, criando-se o sentimento de onipotência acrítica, em que o improvável não existe, só existem crenças e certezas. Por isso, quando há mais de um século Freud disse que quem quiser influir sobre a massa não necessita medir logicamente os argumentos, devendo apenas pintar ideias com as imagens mais fortes, exagerar e sempre repetir a mesma coisa, vemos como estamos sendo ingênuos em seguir acreditando que o letramento crítico, a lógica, o racional e o acesso ao conhecimento deterão o fluxo de intolerância, violência e manipulação das massas. Assim como as bolhas virtuais, a massa não tem dúvidas quanto ao que é verdadeiro ou falso. Essa não é nem nunca foi a questão.

Aqui volto ao ponto, para mim crucial de nossa discussão: se as massas nunca tiveram a sede da verdade [como diz Freud], se estão afeitas a ilusões que não podem renunciar, se nela o irreal tem primazia sobre o real, podemos concluir que narrativas deliberadamente falsas as influenciam quase tão fortemente quanto narrativas verdadeiras. Então, como lidar com indivíduos que têm a visível tendência de não fazer distinção entre narrativas verdadeiras e falsas? Como gerir o ensino-aprendizagem de leitura, de letramento crítico, com base em modelos filosóficos, linguísticos e científicos para uma massa/bolha que tem como cerne a paralisia acrítica de discernimento como laço social? Como furar a bolha blindada pelos algoritmos nas redes para que haja um debate racional de ideias mediante fatos, dados, evidências e argumentos lógicos pautado em narrativas validadas e curadas por instituições, organizações e instâncias editoriais sérias e comprometidas com a democracia?

Infelizmente essas reflexões alcançam muito pouco o ensino. Continuamos no fluxo-padrão de ensinar letramentos sem refletir sobre os afetos primordiais dos seres humanos, sem refletir sobre a principal característica da espécie humana: somos a única espécie capaz de criar e compartilhar ficções/histórias, logo a verdade tem estrutura de ficção (LACAN, 1956-1957, p. 258-259). Assim, pela capacidade de compartilhar ficções, acreditamos no que não vemos e nos negamos a ver aquilo que está diante dos nossos olhos. Como ficção, narrativas 'de verdade' são criadas e compartilhadas delirante e incansavelmente na web. De modo singular, duvidamos daquilo que vemos, lemos e escutamos nas redes so-

ciais, por isso a ideia de que compartilhamos narrativas apenas porque estamos inseridos no mesmo contexto sociogeográfico me parece ingênua.

A ficção reúne uma lógica ampla de conexões entre verdade, saber e conhecimento implicada em um jogo discursivo que objetiva validar realidades universais dos sujeitos, impondo-as coercitivamente como particulares e necessárias para a organização social. Porém, as narrativas 'de verdade' não podem ser separadas dos modos de expressão multissemióticos nem do reconhecimento discursivo social, logo, dentre as narrativas criadas para apresentar uma verdade, encontramos mitos, crenças, fantasias, delírios, alucinações, heresias, sacrilégios, perversões, subversões, transgressões e toda a sorte de enunciados que se inter cruzam socialmente e que retêm forma linguística e sentido contextual necessários para serem lidos como verdadeiros.

Para que essas narrativas se estabeleçam nas redes sociais, deve haver o reconhecimento, por parte dos usuários, das mesmas verdades e da aceitação de certas regras, mais ou menos flexíveis, em conformidade com os discursos validados na bolha. Por isso, se Freud estava certo e se minha comparação das bolhas nas redes sociais com as massas modernas proceder, temos que lidar com o fato de que, na massa/bolha, o indivíduo não se sente responsável pelo que faz. Aqui temos um ponto muito importante: como trabalhar discurso de ódio, racismo, misoginia, xenofobia nas redes sociais, onde a afetividade é extraordinariamente intensificada e a capacidade intelectual claramente diminuída, para que haja um nivelamento com os outros indivíduos da massa?

Se tomarmos o exemplo das redes sociais da extrema-direita, temos que entendê-la como uma massa

totalmente excitável, impulsiva, apaixonada, instável, inconsequente, indecisa e no entanto inclinada a ações extremas, suscetível apenas às paixões mais grosseiras e sentimentos mais singelos, extraordinariamente sugestível, ligeira nas considerações, veemente nos juízos, receptiva somente para as conclusões e os argumentos mais simples e imperfeitos, fácil de dirigir e intimidar, sem consciência de si, sem autoestima e senso de responsabilidade, mas disposta a deixar-se arrastar pela consciência de sua força e cometer malefícios que poderíamos esperar somente de um poder absoluto e irresponsável (FREUD, 2011, p. 45).

Sem essa compreensão, ações inovadoras alavancadas e proporcionadas pelas potencialidades da tecnologia digital, como as práticas de curadoria digital ou de checagem dos fatos, pouco adiantarão. Os grupos que divulgam e disseminam desinformação têm consciência da sua enorme força, do medo que impõem

ao outro, por isso são intolerantes e crédulos na inimputabilidade e na autoridade do líder. A extrema-direita como massa, por exemplo, só respeita a força e só se deixa influenciar moderadamente pela bondade, que para ela é uma espécie de fraqueza. Para Freud, o que a massa exige de seus heróis é fortaleza, até mesmo violência. A massa quer ser dominada e oprimida, quer temer os seus senhores. É inteiramente conservadora, tem profunda aversão a todos os progressos e inovações, e ilimitada reverência à tradição, ao conservadorismo. Alguma semelhança com as bolhas da internet e com nosso atual contexto discursivo? Sim, todas.

Considerações finais

O modo que vemos e construímos a realidade é o resultado de todas as nossas experiências, desde a infância até o momento atual. Em todo esse período, vamos aprendendo a construir uma moldura para ver o mundo, a partir de referências cognitivas, emocionais, afetivas e ideológicas absolutamente necessárias para enxergar a realidade. Nenhum de nós vê o todo, captura o real. Vemos apenas aquilo que se encaixa nessa moldura ou nesse quadro de sentido. Por isso, quando discutimos sobre as narrativas de verdade nas redes sociais, é ingênuo pensar que se “combate desinformação com informação”, tendo em vista que não será uma informação que mudará todo um quadro de referências, não será um dado que mudará o modo de ver que foi construído ao longo de décadas de narrativas ficcionais que representam a verdade para diferentes grupos sociais.

A ideia de que desinformação, ignorância política, econômica e religiosa se combate com o acesso às informações, aos fatos, às evidências, às teorias científicas; aos métodos me parece uma narrativa iluminista³¹ que precisa ser decantada de uma forma menos romantizada, diante de tantas evidências de leitura do mundo a partir de lentes sociais que só evidenciam o que se quer enxergar. Nesse mesmo sentido, a perspectiva de leitura e interpretação do mundo com etapas coerentemente e racionalmente simétricas precisa ser rediscutida.

Por vezes, pensamos que primeiro vemos/lemos o mundo depois o interpretamos, porém o que se apresenta, de forma claríssima nas redes sociais, é que primeiro interpretamos o mundo e depois ele é visto segundo uma lente de interpretação particular e social, como ocorre nas massas/bolhas. A máxima

31 Iluministas como Descartes, Voltaire, Rousseau, Montesquieu, Locke acreditavam na divulgação em massa do conhecimento como forma de gerar mudanças políticas, econômicas e sociais efetivas na sociedade do século XVII e XVIII, que era dominada por ideias e crenças religiosas e moralistas doutrinárias.

arrogante da pós-verdade – “o mundo que se encaixe nas minhas lentes sociais” – hoje se coaduna com a prática acrítica do “não li, não vi, mas já sei do que se trata e já tenho minha opinião” em relação às (des)informações que circulam aos milésimos de segundo nas redes.

Assim, como sociedade civil, como pesquisadores, como educadores, angustia-nos (quero crer) a falta de estratégias materiais para elaborar saídas que freiem por meio da criticidade (ensinada e aprendida nas escolas e nas universidades) esse processo disruptivo de barbárie em curso. Temos de propor formas de furar a bolha. Só educação e letramento não são (nem de longe) o suficiente. São necessárias leis (e o cumprimento delas) para colocar limites às pulsões perversas e sádicas de um grande número de cidadãos. As leis tipificam os crimes, mas quem também pode ajudar a estabelecer os crimes somos nós, linguistas, educadores, pesquisadores.

Como estudiosos da linguagem, deveríamos dar mais atenção à psicologia das massas, nos seus diversos tipos, mais ou menos estáveis, que se formam espontaneamente, e estudar as condições de sua gênese e de sua decomposição. Também temos que nos aprofundar nos aspectos linguísticos da manipulação das informações, das narrativas nas redes, da comunicação/interação na hipermídia, já que muitas desinformações, fake news, mentiras são construídas por meio de imagens, vídeos, ou de combinações verbo-visuais produzidas e fabricadas com o intuito de criar novas realidade, novos modos de agir no mundo.

Parece-me importante, para o estudo do letramento digital nas redes, compreender, por exemplo, como se dá a formação de bolha nas redes sociais, observar até onde ela se estende, quais são seus furos, pesquisar como indivíduos diferentes (econômica e politicamente) se amalgamam como se fossem homogêneos, como suportam a especificidade discursiva do outro, como se igualam nas redes, como se constrói a tolerância por pessoas tão diferentes dentro de uma mesma rede social de afetos virtuais. Entender os mecanismos discursivos que mantêm a tolerância, a empatia, o compartilhamento de narrativas de mundo quase sem resistência revela espaços/objetivos de pesquisa que devem ser descritos, analisados e ensinados. Uma sistematização e didatização de todos esses aspectos pode ser empreendida pela Linguística Aplicada, de modo que ela contribua para a manutenção democrática de uma sociedade civil responsável e responsiva.

Referências

- ASSIS, J. A.; KOMESU, F., POLLET, M. A formação do leitor no contexto da desinformação e das fake news: desafios para os estudos de letramentos na pandemia da covid-19 e além. **Scripta**, v. 25, n. 54, p. 9-38, 2021.
- CHAUÍ, M. Comunicação e democracia. *PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM*, v. 1, n. 2, p. 15-32, 2017.
- CHAUÍ, M. **Ideologia da Competência**. Escritos de Marilena Chauí, vol. 3. São Paulo: Autêntica, 2021.
- D'ANCONA, M. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Barueri: Faro Editorial, 2018.
- DUNKER, C. Subjetividade em tempos de pós-verdade. *In: DUNKER, C. et al. Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2017.
- FREUD, S. Psicologia das massas e análise do Eu. *In: FREUD, S. Psicologia das massas e análise do Eu e outros textos (1920-1923)*. Tradução Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- GOMES, L. F. Pós-verdade: A Nova Guerra contra os fatos em tempos de fake news. **Revista Linguagem em Foco, seção resenhas**, v. 11, n. 1, p. 181-184, 2019.
- HAN. B. **Sociedade da transparência**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2017.
- HAN. B. **No enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2018.
- HISSA, D.; ARAÚJO, N. Infodemia na sociedade do desempenho: entre o mural panfletário e o panóptico digital. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 21, n. 4, p. 1011-1035, 2021.
- LACAN, J. **O Seminário de Jacques Lacan**, livro 4: As Relações de Objeto. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1956-1957.
- LACAN, J. Função e campo da fala e da linguagem em psicanálise (1953). *In: LACAN, J. Escritos*. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. p. 238-324.
- TIBURI, M. Pós-verdade, pós-ética: uma reflexão sobre delírios, atos digitais e inveja. *In: DUNKER, C. et al. Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

Sobre a autora

Débora Liberato Arruda Hissa - Doutora em Linguística Aplicada. Professora do Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada (PosLA) da Universidade Estadual do Ceará (Uece); Fortaleza-CE E-mail: debora.arruda@uece.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9601222248156707>. OrcID: <https://orcid.org/0000-0001-6075-5585>.