



AMANDA SALLES DA SILVA

A ORDEM DA DESINFORMAÇÃO

Fake news e liberdade de informação à luz de Foucault

Orientadora:

Doutora Soraya Nour Sckell

Professora da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa

Lisboa
Julho, 2021



AMANDA SALLES DA SILVA

A ORDEM DA DESINFORMAÇÃO

Fake news e liberdade de informação à luz de Foucault

Dissertação com vista à obtenção do grau
de, Mestre em Direito: Especialização em
Direito Público

Orientadora:

Doutora Soraya Nour Sckell

Professora da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa

Lisboa
Julho, 2021



A ORDEM DA DESINFORMAÇÃO

Fake news e liberdade de informação à luz Foucault

DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO DE ANTI-PLÁGIO

Declaro por minha honra, que o trabalho que apresento é original e que todas as citações estão corretamente identificadas. Tenho consciência de que a utilização de elementos alheios não identificados constitui grave falta ética disciplinar.



Amanda Salles da Silva

Lisboa, julho de 2021

DECLARAÇÃO DE NÚMERO DE CARACTERES

Declaro que o corpo da dissertação que apresento, incluindo espaços e notas, ocupa um total de 176.049 caracteres.

Amanda Salles da Silva

Amanda Salles da Silva

Lisboa, julho de 2021.

AGRADECIMENTOS

Ao meu pai (*in memoriam*) pelo amor incondicional que me dedicou. À minha mãe e ao meu irmão pelo suporte, amor e carinho. A André, meu companheiro, por ter sido farol e me guiar em dias nublados. Às amigas e amigos que deixei no Brasil e as/aos que aqui fiz. Às minhas tias pelo incentivo para que pudesse atravessar o oceano em busca de um sonho. À minha orientadora, Dra. Soraya Sckell, pela sua paciência, incentivo e sua dedicação em ensinar e orientar o percurso de escrita deste estudo. A Deus, por sua infinita bondade e misericórdia.

A presente dissertação foi desenvolvida no âmbito do projeto *Cosmopolitismo: Justiça, Democracia e Cidadania sem fronteiras* (PTDC/FER-FIL/30686/2017, FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P, Portugal).
URL: <https://cosmopolites.wixsite.com/cosmopolitanism>

No âmbito das atividades promovidas pelo projeto, o escopo da presente dissertação foi apresentado nas seguintes comunicações:

Silva, Amanda Salles. Fake News e a Ordem do Discurso. *In Identity, Culture and Law Seminar*, NOVA Law School, Nova University Lisbon. Organizer: Soraya Nour Sckell. September 2019.

Araújo Mota, Júlia e Silva, Amanda Salles. Microcredit: an effective instrument for the economic emancipation of the poorest? *In Cosmopolitanism and Emancipation. International Conference*, University Portucalense. Organizers: Paulo Jesus (Chair), Soraya Nour Sckell, Tamara Caraus. 18 September 2019.

MODO DE CITAR E OUTROS ESCLARECIMENTOS

1. As citações de obras serão feitas no corpo da dissertação apenas pelo: Apelido do autor(a), seguido do ano de publicação da obra, sem espaço entre as informações, e número de paginação. Exemplo: Foucault (1997) ou (Foucault, 1997, p. 5). A referência completa das obras pode ser vista na sessão *Bibliografias*.
2. As citações de documentos de autoria institucional serão feitas no corpo da dissertação apenas pelo: Nome da instituição, seguido do ano da publicação do documento, sem espaço entre as informações, e número de paginação. Exemplo: PNUD (2019) ou (PNUD 2019, p. 5). A referência completa das obras pode ser vista na sessão *Bibliografias*.
3. Nas citações de documentos em formato Kindle o e-pub a localização do texto é indicado pela letra L. Exemplo: (Marinoni & Galassi, 2020, l. 5). A referência completa das obras pode ser vista na sessão *Bibliografias*.
4. Em razão de economia textual, os recursos bibliográficos obtidos através da internet e os artigos publicados em revistas eletrônicas serão citados mencionando-se apenas o autor (ou entidade responsável) e a data da publicação. A referência completa dos artigos pode ser vista na sessão *Bibliografias*.
5. A menção das obras e documentos na sessão *Bibliografias* segue as regras da *American Psychological Association* (APA).
6. A utilização de aspas servirá para destacar uma determinada expressão. Os estrangeirismos, as terminologias específicas e as terminologias de nossa autoria surgem destacados em itálico.
7. A presente dissertação respeita o Novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, aprovado pela Resolução da Assembleia da República n.º 35 2008, de 29 de julho.

LISTA DE ABREVIATURAS

BBC – British Broadcasting Corporation

CA – Cambridge Analytica

CE – Comissão Europeia

CGI – Comitê Gestor de Internet no Brasil

CMP – Custo por Mil

CNDH – Conselho Nacional de Direitos Humanos

COE – Conselho da Europa

CPA – Custo por Aquisição

CPC – Custo por Clique

CRFB/88 – Constituição da República Federativa do Brasil de 1988

DECO - Departamento de Cooperação Eleitoral

IA – Inteligência Artificial

KGB - Komitet Gosudarstvennoy Bezopasnosti

OEA - Organização dos Estados Americanos

OMS – Organização Mundial da Saúde

RELE – Relatoria Especial para a Liberdade de Expressão

UE – União Europeia

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de análise. Autoria Própria**Erro! Marcador não definido.**

Figura 2 Estrutura proposta por Wardle e Derakshan (2017, p.25), utilizando como exemplo a notícia "Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President, Releases Statement".....**Erro! Marcador não definido.**

Figura 3 Estrutura proposta: a reprodução origina novos discursos, retomando à fase de criação e reiniciando o ciclo, representado pela seta em amarelo. Autoria própria**Erro! Marcador não definido.**

Figura 4 Tweet postado pelo Presidente brasileiro Jair Bolsonaro em defesa do tratamento precoce para Covid-19. Fonte: (UOL, 2021)**Erro! Marcador não definido.**

RESUMO

Atualmente o problema da desinformação tem sido amplamente discutido no contexto dos processos eleitorais sob a perspectiva da polarização política. Minha hipótese, contudo, é que o problema da desinformação tem raízes mais profundas: a polarização política é consequência da interdição discursiva/informativa. Uma segunda hipótese que irei sustentar é que os interditos discursivos ao longo do ciclo da desinformação violam o direito à liberdade de informação e que esta violação tem repercussão na participação democrática. Tendo como escopo a realidade e a legislação brasileira, o objetivo dessa dissertação é então demonstrar: 1) que os interditos discursivos são a causa da desinformação; 2) que há assim violação do direito à liberdade de informação, direito coletivo e garantia constitucional fundamental para o exercício do direito à cidadania e para a democracia. Isso será demonstrado em três capítulos. No primeiro capítulo, cuja metodologia é revisão de literatura, analiso a obra *A Ordem de Discurso* de Michel Foucault (1971) e o relatório “*Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*” de Wardle e Derakhshan (2017). Proponho um modelo de análise da estrutura cíclica da desinformação no qual a interdição discursiva constitui o cerne do problema da *fake news*. A desinformação é assim compreendida como um ciclo dividido nas etapas de: criação (1), produção (2) e distribuição de desinformação (3). Nesse sentido, ainda no primeiro capítulo analiso, na etapa da criação (1), a figura do agente criador e a mensagem enquanto materialização do discurso. No segundo capítulo, cuja metodologia continua a ser revisão de literatura, analiso, nas fases de produção (2) e distribuição da desinformação (3), a formação da esfera pública digital e as ações do intérprete, responsável por dar continuidade ao ciclo da desinformação ou encerrá-lo. No capítulo três, cuja metodologia é análise legislativa, analiso como a desinformação (causada pela interdição discursiva) viola o direito à liberdade de informação, comprometendo assim a democracia. Proponho então possíveis caminhos para interromper tal ciclo a partir do direito e de iniciativas da sociedade civil.

Palavras-chave: Desinformação; Fake News; Liberdade de Informação; Foucault

ABSTRACT

Currently, the problem of disinformation has been widely discussed in the context of electoral processes from the perspective of political polarization. My hypothesis, however, is that the problem of disinformation has deeper roots: political polarization is a consequence of discursive/informative interdiction. A second hypothesis that I will argue is that discursive interdictions throughout the disinformation cycle violate the right to freedom of information and that this violation has an impact on democratic participation. Having as scope the reality and the Brazilian legislation, the objective of this dissertation is then to demonstrate: 1) that the discursive interdicts are the cause of disinformation; 2) that there is thus violation of the right to freedom of information, collective law, and fundamental constitutional guarantee for the exercise of the right to citizenship and for democracy. This will be demonstrated in three chapters. In the first chapter, whose methodology is literature review, I analyze the *The Order of Discourse* of Michel Foucault (1971) and the report "*Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*" by Wardle and Derakhshan (2017). I propose a model for analyzing the cyclical structure of disinformation in which discursive interdiction is at the heart of the problem of *fake news*. Disinformation is thus understood as a cycle divided into the stages of creation (1), production (2) and distribution of disinformation (3). In this sense, still in the chapter one analysis, in the stage of creation (1), the figure of the creative agent and the message as the materialization of the discourse. In the second chapter, whose methodology continues to be literature review, I analyze, in the stages of production (2) and distribution of disinformation (3), the formation of the digital public sphere and the actions of the interpreter, responsible for continuing the cycle of disinformation or closing it. In chapter three, whose methodology is legislative analysis, I analyze how disinformation (caused by the discursive ban) violates the right to freedom of information, thus compromising democracy. I then propose possible ways to interrupt such a cycle from the law and initiatives of civil society.

Keywords: Disinformation; Fake News; Freedom of Information; Foucault

ÍNDICE

Declaração de compromisso de anti-plágio.....	4
Declaração de número de caracteres	5
Agradecimentos	6
Modo de citar e outros esclarecimentos	8
Lista de abreviaturas.....	9
Lista de figuras	10
Resumo	11
Abstract.....	12
Introdução	15
1. Criação da desinformação digital	23
1.1. Conceito de desinformação	23
1.2. A etapa da criação	34
1.2.1. Mensagem	34
1.2.2. Agente	38
2. Produção e disseminação da desinformação	48
2.1. O sistema de recomendação	48
2.2 A esfera digital, os filtros-bolha, as câmaras de eco e os jardins murados.....	56
2.3 O intérprete.....	60
3. Liberdade de informação e democracia <i>versus</i> desinformação.....	68
3.1 O direito de se informar, o direito de ser informado e o direito de informar .	69
3.1.1 Direito de ser informado e direito de se informar	72
3.1.2 Direito de informar.....	74
3.2 Desinformação online: risco para a democracia?	77
3.3 Caminhos para a solução.....	80
Considerações finais.....	87
Bibliografias	98

Legislação	103
Relatórios.....	104
Diversos	105

INTRODUÇÃO

Durante a década de 1960, o mundo vivenciou o contexto da Guerra Fria, momento histórico recheado de conflitos latentes, ainda que atravessado por nítidas rivalidades políticas globais, marcadas, fundamentalmente, pelas potências norte-americana e soviética. O período se caracterizou como um dos momentos mais particulares na história, no que tange, também, a uma atuação bélica na disseminação de informações e de disputa ideológica. Um desses episódios refere-se à região entre a fronteira da República Checa e a Alemanha, onde está localizado o Lago Negro. Martin Moore, em sua obra *Democracia Manipulada* (2019) conta que no final de maio de 1964, Ladislav Bittman, membro dos serviços secretos checos plantou, juntamente com sua equipe, quatro caixas de metal, cheias de papéis em branco, no fundo do lago. Seis semanas depois, Bittman retornou ao local com uma equipe de documentários da televisão checoslovaca para fazer um filme sobre as lendas do lago (Moore, 2019).

Pouco depois de iniciadas as filmagens Bittman e os outros mergulhadores “descobriram” as caixas. Conforme relata Moore (2019), as caixas foram trazidas à superfície e enviadas diretamente à Praga, por receio de que contivessem explosivos. A história atraiu a atenção do público, e tornou-se assunto internacional, quando o Ministro do Interior anunciou que as caixas continham papéis nazistas do tempo da Segunda Guerra Mundial. Para tal, o ministério, em segredo, levou para Moscou verdadeiros documentos nazistas e substituiu os papéis em branco por tais documentos (Moore, 2019).

Essa operação foi chamada de Operação Netuno, sendo considerada a campanha de desinformação mais bem sucedida dos serviços secretos checoslovacos durante a Guerra Fria, alcançando seus objetivos de “desacreditar o governo da Alemanha Ocidental, abrir feridas dolorosas acerca do recente passado nazi da Alemanha e prolongar as acusações de crimes de guerra nazis” (Moore, 2019, p. 96).

A Operação Netuno é um exemplo do funcionamento do que convencionou-se chamar, atualmente, de fábricas de desinformação. Algo como a

Internet Research Agency, a agência russa que foi acusada de tentar corroer a confiança nos sistemas democráticos, de forma deliberada, espalhando falsidades através de plataformas como o *Facebook*, *Youtube*, *Instagram* e *Twitter*, promovendo o conflito dentro de grupos partidários (Moore, 2019).

Conforme Moore (2019, p. 96) “os serviços secretos, a propaganda e a desinformação estavam inerentes ao sistema soviético desde o seu início”. Mas, foi o KGB que investiu tempo e recursos para a produção e disseminação de propaganda e desinformação. Moore (2019, p. 97) escreve que, nesse sentido, o KGB compreendeu que a desinformação tinha de ter alguma base factual ou corresponder à uma convicção que fosse largamente aceita, assim “devia encaixar nas narrativas dominantes da população-alvo, ir ao encontro dos preconceitos das pessoas e alimentar as suas suspeitas inatas”. Para ter credibilidade, a informação tinha que aparentar vir de “fontes fiáveis, de preferência, razoavelmente afastadas da sua origem real (...), para ter impacto, tinha, ainda, de ser o mais difundida possível e repetida regularmente” (Moore, 2019, p. 97), estratégia que tem perdurado quando da criação, produção e disseminação de desinformação dos dias atuais.

Com a ascensão das novas redes sociais como *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube* e *Twitter*, a desinformação ganha novos contornos. Propaganda e desinformação que requeriam “uma premeditação detalhada e planeamento complexo” como anota Moore (2019, p. 94), agora podem ser programadas em contas nas redes sociais. Um espaço que tendia a ser aberto à multiplicidade de ideias, tem servido, cada dia mais, aos interesses do capital e de uma política coordenada pela extrema-direita.

Em 2016 o termo *fake news* ganhou o destaque atual e foi usado, inicialmente, na cobertura das eleições norte-americanas. Ainda em 2016, o termo ganhou espaço nas campanhas do plebiscito para definir a saída do Reino Unido da UE (União Europeia), vindo à tona – naquele mesmo ano – o escândalo envolvendo a empresa CA (*Cambridge Analytica*), que utilizou um poderoso banco de dados para inundar os eleitorados americano e britânico com notícias falsas e desinformações. A UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura),

preferindo não utilizar o termo *fake news*, as chama de “campanha de desinformação” para nomear os conteúdos que são falsos e intencionalmente disseminados em sites ou redes sociais para prejudicar uma pessoa ou um grupo (Marinoni e Galassi, 2020, l. 59).

No caso das *fake news*, é preciso levar em conta, também, a urgência histórica: há um novo modo de produzir e disseminar discursos e de fazer comunicação – a rede de computadores mundial. E é preciso levar em conta as modificações que ela traz. Na visão de Sacramento (2018, p. 7), não é a tecnologia que exclusivamente gera a disponibilidade da sociedade para o compartilhamento de desinformação. Afinal, vivemos numa sociedade de verdade “cujos dogmas e preceitos de determinados grupos assumem, num relativismo absoluto, a lógica do ‘vale-tudo’” (Sacramento, 2018, p. 7), onde, pela prevalência da verdade pessoal e coletiva, as ações dos sujeitos vão desde discussões e ofensas até atentados armados.

Atualmente o problema da desinformação tem sido amplamente discutido no contexto dos processos eleitorais sob a perspectiva da polarização política. Minha hipótese, contudo, é que o problema da desinformação tem raízes mais profundas: a polarização política é consequência da interdição discursiva/informativa. Assim, o objetivo desta dissertação é traçar uma estrutura cíclica para a desinformação e propor a interdição discursiva como o cerne do problema *fake news*.

Uma segunda hipótese que irei sustentar é que os interditos discursivos ao longo do ciclo da desinformação violam o direito à liberdade de informação e que esta violação tem repercussão na participação democrática. Tendo como escopo a realidade e a legislação brasileira, o objetivo dessa dissertação é então demonstrar: 1) que os interditos discursivos são a causa da desinformação; 2) que há assim violação do direito à liberdade de informação, direito coletivo e garantia constitucional fundamental para o exercício do direito à cidadania e para a democracia. Isso será demonstrado em três capítulos.

No primeiro capítulo, cuja metodologia é revisão de literatura, analiso a obra *A Ordem de Discurso* de Michel Foucault (1997) e o relatório “*Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*” de

Wardle e Derakhshan (2017), marcos teóricos para o modelo de análise que proponho. No que diz respeito à desinformação, diferentes análises são possíveis para compreender um fenômeno tão atual, como demonstro neste trabalho. Em sua pesquisa Wardle e Derakhshan (2017) identificam uma estrutura conceitual dividida em três tipos, três fases e três elementos.

Os três tipos de desinformação definidos pelos autores consistem na *dis-information* ou desinformação; *mis-information* ou informação enganosa; e *mal-information* ou má-informação. Utilizando como escopo a análise de Wardle e Derakhshan (2017), (re)ordeno as fases e elementos estruturais da desinformação, em dimensões analisadas a partir da metodologia da análise do discurso proposta por Michel Foucault em 1970, em seu discurso que mais tarde, transformou-se na obra *A ordem do discurso* (1997), mas que também vai além da proposta foucaultiana para abranger as características de um fenômeno que tem sua gênese no século XXI.

Nesse sentido, no primeiro capítulo analiso a etapa da criação do ciclo de desinformação bem como a figura do agente criador e a mensagem enquanto materialização do discurso. A metodologia do primeiro capítulo está ancorada na análise do discurso crítica e genealógica proposta por Michel Foucault. A análise crítica coloca em prática o princípio da inversão, ou seja, analisa as formas de exclusão, de limitação, de apropriação dos discursos. Mostrando, assim, como essas apropriações se formaram, para responder às necessidades, como se modificaram e se deslocaram, que força exerceram efetivamente e em que medida foram contornadas (Foucault, 1997, p. 45-46). Neste capítulo também aparecem as figuras do autor, da disciplina, da vontade de verdade e do comentário, que serão analisados no decorrer do trabalho.

Enquanto isso, a análise genealógica age conforme os princípios da descontinuidade, da especificidade e da exterioridade: como se formaram, através de, apesar de ou com o apoio dos sistemas de coerção, de séries de discursos. O princípio de descontinuidade mostra que não há um não-dito que deva enfim ser dito, algo reprimido que deva ter a palavra: “os discursos devem ser tratados como práticas

descontínuas, que se cruzam por vezes, mas também ignoram ou se excluem” (Foucault, 1997, p. 39).

Em seguida, ainda no primeiro capítulo, observo o que Wardle e Derakhshan (2017, p. 25) identificam como primeira etapa da desinformação, o que denominam de criação, e onde é concebido o artigo, por uma pessoa indeterminada. Também está presente na discussão os elementos agente, mensagem e intérprete. Para o propósito deste estudo, nesse momento analiso a etapa da criação a partir do conceito de discurso trazido pela análise foucaultiana, materializado no elemento mensagem. Analiso, também, o papel do agente, analogamente compreendido como o autor descrito por Foucault em *A ordem do discurso* (1997). Importa salientar que neste estudo me inspiro no que Foucault evidencia como os aspectos constitutivos e condicionadores do discurso que se agrupam em: procedimentos de exclusão externos; procedimentos de exclusão internos; e procedimentos de exclusão a partir dos sujeitos que falam. A hipótese apresentada por Foucault (1997), em sua obra, é que em toda a sociedade a produção do discurso é controlada, selecionada, organizada e redistribuída por um certo número de procedimentos.

No segundo capítulo, cuja metodologia continua a ser revisão de literatura, analiso, nas fases de produção e distribuição da desinformação, a formação da esfera pública digital e as ações do intérprete, responsável por dar continuidade ao ciclo da desinformação ou encerrá-lo. A etapa da produção acontece quando a mensagem desinformativa se torna um produto midiático, sendo publicada nos meios de comunicação focados (ou não) no compartilhamento de desinformação.

Por outro lado, a disseminação, que está dividida em distribuição e reprodução, ocorre quando a mensagem desinformativa, em um primeiro momento, é distribuída através das redes sociais; e, em um segundo momento, é reproduzida (re-compartilhada), reiniciando o ciclo da desinformação. O discurso desinformativo circula em uma esfera pública digital, de maneira que explicar os fenômenos que permeiam essa esfera pública digital – os filtros-bolha; as câmeras de eco; e os jardins murados – será de suma importância para o capítulo.

Compreender a produção e distribuição da desinformação perpassa por compreender como funciona o sistema de recomendação de conteúdo e seus algoritmos. Criado como consequência da diversidade de serviços, produtos e informações *online*, o algoritmo de recomendação tem como função otimizar o tempo da/o utilizadora/o analisando aquilo que desejam a partir de informações que constam em um banco de dados. Esse banco de dados leva em consideração a análise de perfil através dos padrões comportamentais da/o usuária/o.

Por outro lado, as razões que levam um algoritmo a recomendar um anúncio de um serviço, produto ou informação a alguém, são inacessíveis e pouco claras, uma vez que para entender o funcionamento de um algoritmo é necessário conhecimento técnico específico que nem todas/os possuem. Além disso, não há transparência por parte dos desenvolvedores bem como a capacidade humana não é suficiente para interpretar o volume de dados armazenados e disponíveis.

Para ilustrar o funcionamento dos algoritmos tomo como exemplo a atuação do *Google ad tech* e a atuação do *Facebook* na política. Ora, ao criar um mecanismo de venda de termos de busca o *Google ad tech* fez com que anunciantes e criadores de conteúdo pensassem sempre no que fariam as pessoas acessarem um anúncio. Assim o *Google* procurava/procura saber o total de cliques, em quê e quando a/o usuária/o clica e o que acontecia como resultado dos cliques. No contexto da desinformação, o sistema do *Google* permitiu e permite o alcance do mesmo número de pessoas com menos custos, fazendo com que os anunciantes, utilizando o *Google ad tech*, comesçassem a veicular em sites de conteúdos baratos que, frequentemente, funcionavam/funcionam como disseminadores de desinformação.

Já a atuação do *Facebook* exemplifica como o sistema criado pelo *Google*, foi aperfeiçoado e tornou-se protagonista na esfera política. Uma vez que os anunciantes podem, através do *Facebook*, contactar as/os usuárias/os, em um contexto confortável e familiar, fazendo os anúncios exibidos serem tidos como confiáveis. A confiabilidade para determinado anúncio se dá, em parte, quando a/o usuária/o vê, em seu *feed* de notícias, um anúncio recomendado por alguém de sua rede de contatos que já havia interagido positivamente com aquela publicação. Assim,

as campanhas eleitorais encontraram no *Facebook* uma maneira de chegar diretamente aos eleitores, facilitando a propagação de desinformação e a polarização de ideias.

Desse modo, na primeira parte do capítulo dois, defendo que o algoritmo de recomendação, guiado pela inteligência artificial, ao ser analisado a partir da teoria foucaultiana de *A ordem do discurso* (1997), evidencia que os discursos/mensagens ao/as quais temos acesso *online* passam, de algum modo, pelos processos de controle, seleção e restrição que Michel Foucault descreve em sua obra. Ora, uma vez que existe um sistema guiado por IA que seleciona o que o usuário deve ver *online*, pressupõe-se que deixa de exibir outros conteúdos, ocorrendo então, uma interdição.

A formação dos nichos digitais onde os discursos circulam: os filtros-bolha; as câmaras de eco; e os jardins murados; é analisada na segunda parte do capítulo dois. Os filtros bolhas são nichos onde as/os usuárias/os têm acesso à informação, de acordo com os dados colhidos e analisados pela inteligência artificial/sistema de recomendação. A filtragem do sistema de recomendação isola a/o usuária/o em “bolhas” permitindo contato apenas com as informações que coadunam com suas opiniões e ideologias. Dessa maneira, as plataformas reforçam as visões de mundo das/os usuárias/os, mantendo-as/os em câmaras de eco.

As câmaras de eco, por sua vez, são grupos formados de maneira artificial, que têm como consequência a desinformação. As câmaras de eco são divididas na formação do eco e na formação do espaço onde o eco se constrói. A formação do eco diz respeito à repetição dos pontos de vista da/o usuária/o. A formação do espaço onde o eco se constrói se dá com a criação de uma sala fechada, onde apenas utilizadoras/es com ideias convergentes têm acesso. Assim como nos filtros-bolha, o efeito mais notável das câmaras de eco é a polarização de ideias.

Os fenômenos dos filtros-bolha e das câmaras de eco são reforçados pelos jardins murados. Os jardins murados são ecossistemas fechados, onde as operações são controladas pelo operador. Assim, quando o operador organiza a vida da/o utilizador/a, alivia os esforços feitos na hora de tomar decisões referentes à aquisição de produtos/serviços. O mesmo se dá com a informação, uma vez que a/o usuária/o

tem acesso às informações pré-selecionadas pelo operador para aquele ecossistema, dissuadindo que uma pessoa busque conteúdo fora. Desse modo, defendo que quando as/os usuárias/os são isoladas/os, constituem os grupos doutrinários foucaultianos, ou seja, indivíduos ligados entre si por determinados discursos.

Já o elemento do intérprete representa o público que o agente intenta alcançar quando da criação da mensagem desinformativa. Quando a mensagem chega até o intérprete, serão as suas ações que determinarão se o ciclo da desinformação continua ou se será encerrado. Para compreender o elemento intérprete, analiso determinados processos comunicacionais aos quais este está exposto e de que maneira tais processos ditam as suas ações, contribuindo para a forma como a desinformação é compartilhada.

No capítulo três, cuja metodologia é análise legislativa, analiso como a desinformação (causada pela interdição discursiva) viola o direito à liberdade de informação, comprometendo assim a democracia. Proponho então possíveis caminhos para interromper tal ciclo a partir do direito e de iniciativas da sociedade civil. O terceiro capítulo avalia a etapa de reprodução da desinformação e os resultados/consequências de todo o ciclo, tanto no que tange à liberdade de informação, quanto no exercício da cidadania. As interdições pelas quais o discurso é submetido, culminam na violação de liberdades e garantias fundamentais dos cidadãos. Nesse sentido, as novas dinâmicas comunicacionais e informacionais que emergiram com a ascensão das plataformas de mídias digitais, deram origem a um ambiente de divulgação e circulação de desinformação sem qualquer controle. Aqui, o objetivo é chamar a atenção para o modo como os processos de interdição discursiva culminam na violação à liberdade de informação, criando riscos para os processos democráticos.

1. CRIAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO DIGITAL

1.1. Conceito de desinformação

Nos últimos anos, o mundo se deparou com a crescente popularização das redes sociais e das novas tecnologias. Entretanto, a ascensão dessas novas tecnologias e redes sociais trouxe um novo problema a ser analisado: a desfiguração de um espaço que se inclinava à diversidade de ideias, para um espaço que tem servido a interesses políticos de grupos que disseminam ódio e desinformação.

Para além da emergência das redes sociais e das novas tecnologias ao redor do mundo, as sociedades democráticas têm vivido o nascimento de um novo ator comunicacional que vem moldando a opinião pública em debates e crises nacionais: a desinformação (Ruediger & Grassi, 2018, p. 03). A prática de disseminação de mentiras como estratégia política não é inédita, conforme observam Ruediger e Grassi (2018), os registros remontam à utilização dessa prática ainda no século VI. E, ainda que não haja ineditismo na disseminação de informações falsas, o que diferencia o fenômeno das *fake news* são as novas formas que o conduz. Além, também, das características que o transformam em lucrativo e, frequentemente, impune.

Assim, Wardle e Derakhshan (2017) apontam para quatro características importantes da comunicação atual. O primeiro aspecto está no avanço e no baixo custo das tecnologias de edição e publicação, que se tornaram acessíveis e um meio fácil de criação e distribuição de conteúdo; o segundo aspecto diz respeito ao consumo de informações onde os temas que antes permeavam a esfera privada passaram para a esfera pública graças às mídias sociais; o terceiro aspecto está relacionado à velocidade da disseminação de informações que foi ampliada com os aparelhos móveis; e por fim, a conjuntura em que as informações são transmitidas em tempo real entre pares, com pouca probabilidade de contestação (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 11).

Em 2016 o termo *fake news* ganhou o destaque que hoje se apresenta, e foi usado, inicialmente, na cobertura das eleições norte-americanas. Ainda em 2016, o termo ganhou espaço nas campanhas do plebiscito para definir a saída do Reino

Unido da UE, vindo à tona, naquele mesmo ano, o escândalo envolvendo a CA, que utilizou de um poderoso banco de dados para inundar os eleitorados americano e britânico com notícias falsas e desinformações (Marinoni & Galassi, 2020, l. 58).

Em 2018, nas eleições presidenciais brasileiras, conforme aponta Marinoni e Galassi (2020), surgiram nas redes grupos de apoio ao candidato ultradireitista Jair Bolsonaro (atualmente, sem partido) que espalharam ataques ao principal adversário deste: o candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), Fernando Haddad, e sua vice, Manuela d'Ávila (PCdoB). Os movimentos sociais também não ficaram de fora dos ataques. Hoje, sabe-se que foram direcionados a partir do que a mídia brasileira convencionou chamar de “gabinete do ódio”. Foram disseminados ataques contra as centrais sindicais à exemplo da Central Única dos Trabalhadores (CUT); Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST); Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST); à União Nacional dos Estudantes (UNE) e diversas outras entidades.

Os estudos em torno da desinformação tentam compreender como o fenômeno opera nas redes digitais, e como esse se difere daqueles que acontecem na mídia tradicional. Além disso, o problema da desinformação tem sido amplamente discutido no contexto dos processos eleitorais sob a perspectiva da polarização política. Minha hipótese, contudo, é que o problema da desinformação tem raízes mais profundas: a polarização política é consequência da interdição discursiva/informativa. Assim, o objetivo desta dissertação é traçar uma estrutura cíclica para a desinformação e propor a interdição discursiva como o cerne do problema *fake news*. Faço isso através da metodologia revisão de literatura e análise de legislação.

A opção feita neste estudo foi pela utilização da expressão desinformação em substituição à famigerada *fake news*, por compreender que o uso do termo *fake news* se tornou incapaz de descrever a complexidade da desinformação digital, culminando na cooptação da expressão para uso político-eleitoral. Os autores Marinoni e Galassi (2020) compreendem que o termo *fake news* é insuficiente para tratar do processo de produção e disseminação das informações falsas, manipuladas

ou tendenciosas. E, de maneira epistemológica, o termo desinformação seria mais abrangente, uma vez que esse “resulta de uma conduta deliberada, que produz informação falsa para obter vantagem ou lucro. O esforço de definir o termo está relacionado ao desejo de identificar seus impactos e apontar soluções” (Marinoni e Galassi, 2020, l. 58).

Para os mesmos autores, o ato de manipular informações com o objetivo de “enganar, convencer, gerar paixões ou ampliar audiência” não é algo novo (Marinoni & Galassi, 2020). Ora, a mídia tradicional sempre esteve envolvida em diversos episódios de disseminação de desinformação e, atualmente, tem um grande interesse de associar as *Fake News* aos meios de comunicação que operam exclusivamente online, e assim poder resgatar o seu papel de credibilidade.

Diversas empresas, estudiosos e organismos internacionais têm definido os termos desinformação e *fake news*, com o intuito de que o fenômeno se torne cada vez mais fácil de identificar. Opto por trazer, neste trabalho, o conceito do relatório “*Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*” elaborado pelos autores Claire Wardle e Hossein Derakhshan para o COE, em 2017.

O relatório apresenta três tipos do que denomina “desordem da informação”: a) *dis-information* ou desinformação: “a informação que é falsa e deliberadamente criada para causar danos em uma pessoa, grupo social, organização ou país”; b) *mis-information* ou informação enganosa: “informação que é falsa, mas que não foi criada com a intenção de causar dano”; e c) *mal-information* ou má-informação: “informação que é baseada na realidade, utilizada para infligir dano em pessoa, organização ou país” (Wardle e Derakhshan, 2017, p. 20).

Um caso célebre para exemplificar as diferenças entre *mis-information* (informação enganosa) e *mal-information* (má-informação) é trazido por Ruediger e Grassi (2018): a narração de rádio, feita por Orson Wells, da suposta invasão da Terra por marcianos, em 1938. O que era para ser uma transmissão dramatizada da obra de ficção Guerra dos Mundos, de H.G. Wells se tornou uma histeria coletiva por todo os

Estados Unidos, devido ao caráter de boletim jornalístico, legítimo da narração fictícia.

Nesse ponto, Ruediger e Grassi (2018, pp. 09-10) argumentam que a diferença entre o erro jornalístico e o uso das ferramentas virtuais para a desinformação está na intencionalidade. Ou seja, muitas vezes os jornais publicam informações incorretas e mal apuradas, mas, na gênese da sua elaboração, não há intencionalidade de mentir com o propósito de divulgar o conteúdo, como aqueles em que o autor ou autores estão cientes da mentira.

Em 2018, a Comissão Europeia (CE) abandonou de vez o termo *fake news* por sua incapacidade de explicar a complexidade do fenômeno e as suas nuances. No relatório, a desinformação foi definida como um fenômeno que inclui todas as formas de informações falsas, imprecisas ou enganosas que são criadas e divulgadas para causar danos públicos e obter lucros, de forma intencional. O relatório exclui desse bojo, a disseminação de conteúdos ilegais que já são regulamentados por legislação própria, ou conteúdos de sátiras e/ou paródias que não fazem distorções enganosas dos fatos (Ruediger & Grassi, 2018, pp. 10-11)

Já os pesquisadores Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017, p. 17), definiram sete tipos de *mis-information* e *dis-information*: a) sátira ou paródia: quando não há intenção de causar dano, mas há potencial de provocar engano; b) conteúdo enganoso: o uso enganoso de informação para falar de uma questão ou indivíduo; c) conteúdo impostor: quando fontes genuínas são copiadas; d) conteúdo fabricado: o conteúdo novo que é 100% falso, designado a enganar e causar dano; e) falsa conexão: quando título, imagens ou legendas não acompanham o conteúdo; g) falso contexto: quando conteúdo genuíno é compartilhado com uma contextualização falsa; h) conteúdo manipulado: quando informação genuína ou imagens são manipuladas para enganar.

No Brasil, Marinoni e Galassi (2020, l. 59) apontam que a conceituação da desinformação é trazida pelo Conselho Nacional de Direitos Humanos (CNDH), Comitê Gestor de Internet no Brasil (CGI) e Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, que optam pela expressão desinformação no lugar de *fake news*

e definem o fenômeno como uma forma intencional e organizada que busca gerar influência e/ou lucro.

Assim como ocorria na mídia tradicional, a desinformação não está ancorada apenas na informação falsa, mas também no exagero, omissão e descontextualização. A diferença, entretanto, se dá nas formas de produção, circulação, mediação e acesso à informação que tem características próprias nas redes sociais (Marinoni & Galassi, 2020, l. 59). Um outro conceito interessante a se trazer, quando falamos em desinformação, é o conceito de agnotologia, que caracteriza a produção deliberada de ignorância¹.

A complexidade da desinformação, enquanto conceito, se faz presente, também, na sua estrutura. Wardle e Derakhshan (2017) utilizam do termo “poluição da informação” como um dos adjetivos possíveis de descrever o sistema da desinformação. Nesse sentido, os autores destacam que apesar da atenção da sociedade contemporânea estar voltada para o aspecto político da desinformação, diversas outras áreas são afetadas (e.g. desinformação médica; mudanças climáticas).

O relatório, guiado por Wardle e Derakhshan (2017), apresentou dados trazidos pela *British Broadcasting Corporation* (BBC) sobre um estudo realizado, em 2017, acerca da preocupação dos usuários com os conteúdos que eram falsos ou reais na internet. Os dados revelaram que 79% dos que foram entrevistados, disseram preocupar-se com o que era real ou não na esfera digital. Os brasileiros destacaram-se com 91% das respostas positivas para a preocupação, enquanto os alemães foram os menos preocupados (BBC, 2017, cit. por Wardle & Derakhshan, 2017, p. 12)².

Ora, tem sido cada dia mais difícil identificar e julgar a credibilidade das mensagens compartilhadas *online*, vez que sites considerados confiáveis e sites como, por exemplo, aqueles dedicados às teorias da conspiração, estão cada vez mais parecidos. Além disso, as pessoas têm-se tornado cada vez mais dependentes das suas

¹ Ver os estudos de Robert Proctor, responsável por cunhar o termo na literatura. Sugiro o ensaio: Proctor, R. N. (2020). Agnotología. *Revista de Economía Institucional*, 22(42), 15-48.

² Os autores Wardle e Derakhshan (2017, p. 12) destacam a inexistência de dados preliminares para que haja comparação dos resultados, impossibilitando afirmar que a desconfiança dos usuários aumentou ou não.

redes de amigos e familiares, para conduzi-las no “ecossistema de informações” que se tornou a esfera digital (Wardle & Derakhshan, 2017).

Ainda na perspectiva de Wardle e Derakhshan (2017), analisar as informações e credibilidade destas irá requerer que os nossos cérebros desenvolvam novas capacidades e estratégias cognitivas no que diz respeito ao processamento de informações, levando em consideração que as redes sociais são recentes.

Quando se trata de desinformação, são diversas as análises que podem ser feitas para começar a compreender o fenômeno. Em seu relatório Wardle e Derakhshan (2017) identificam uma estrutura conceitual dividida em três tipos, três fases, e três elementos. Os três tipos de desinformação definidos pelos autores, já foram abordados de maneira global nos parágrafos anteriores, e consistem na: *dis-information* ou desinformação; *mis-information* ou informação enganosa; e *mal-information* ou má-informação. As três fases consistem na criação, produção e disseminação de desinformação; e os três elementos são os agentes, as mensagens e os intérpretes.

Utilizando como escopo a análise de Wardle e Derakhshan (2017), (re)ordeno as fases e elementos estruturais da desinformação, em dimensões que serão analisadas a partir da metodologia da análise do discurso proposta por Michel Foucault em 1970, mas que também vão além da proposta foucaultiana para abranger as características de um fenômeno que tem sua gênese no século XXI.

Michel Foucault é considerado pela doutrina como aquele que melhor desvendou a relação entre o discurso e o poder. A obra de Foucault, segundo Vilas Boas (1993), pode ser vista sob dois momentos fundamentais: o primeiro compreendido entre 1961 e 1969, que constitui o momento da arqueologia; e o segundo compreendido entre 1970 e 1984, que constitui o momento genealógico em que se sobressaem as obras *A ordem do discurso* (1971), *Vigiar e punir* (1975) e os três volumes da *História da sexualidade*, o primeiro publicado em 1976, e os outros dois, em 1984.

O discurso enquanto objeto de pesquisa aparece inicialmente na tese de doutoramento de Michel Foucault, resultando na obra *A história da Loucura* (1961)

onde o autor discorre acerca da formação e transformações do objeto loucura e da figura do louco por meio da produção de discursos. Mais tarde, Foucault analisa a formação da medicina, os discursos a respeito das epistemes e passa a se posicionar como arqueólogo de discursos em suas obras: *O nascimento da clínica* (1963), *As palavras e as coisas* (1966) e *Arqueologia do Saber* (1969), respectivamente (Silva & Junior, 2014).

Nesse sentido, justifica-se a escolha do autor para analisar a produção discursiva da desinformação a partir do modelo de análise do discurso proposto pela obra *A ordem do discurso* (1997) – que compõe a fase genealógica de Michel Foucault, a partir de sua palestra proferida em 1970, no *Collège de France*. Na obra, o autor busca demonstrar o caráter do discurso, esse último, a todo momento, controlado e imbuído de poderes, perigos e saberes. Anota Foucault (1997, p. 07) que o discurso se faz presente na “ordem das leis” e que essa cuida de sua aparição, preparando-lhe um lugar que, ao mesmo tempo que o honra, também o desarma e, que se ao discurso calha algum poder, este advém de nós. Assim, o autor parte de dois questionamentos: afinal o que há “de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo?” (Foucault, 1997, p. 8).

Em *A ordem do discurso* (1997) Foucault traça os aspectos constitutivos e condicionadores do discurso, os quais denomina de rarefação discursiva. A obra pode ser entendida como dividida em seis partes: os procedimentos de exclusão exteriores; os procedimentos de exclusão internos; os procedimentos de exclusão, a partir da seleção dos sujeitos que falam; as respostas tradicionais da filosofia; metodologia da análise do discurso; e as análises crítica e genealógica. Na perspectiva de Sousa (2010), Foucault utiliza-se, em sua obra, de uma abordagem metalinguística para analisar a produção do discurso, com cerne no discurso enquanto processo de interação comunicacional.

Assim, e ainda conforme o pensamento de Sousa (2010), a contribuição de Michel Foucault para a Análise do Discurso é evidente, uma vez que o autor em sua obra *A ordem do discurso* (1997) reflete acerca de conceitos e posicionamentos,

ao analisar as formulações discursivas. Para o modelo de análise que proponho nessa dissertação (figura 1) utilizo e identifico, para cada uma das esferas propostas no ciclo da desinformação, as três primeiras partes da obra foucaultiana (procedimentos de exclusão externos, procedimentos de exclusão internos e procedimentos de exclusão a partir dos sujeitos que falam). Posteriormente, abordo os princípios concernentes à metodologia do discurso – cuja definição, na perspectiva foucaultiana, será melhor exposta nos parágrafos seguintes – e apresentados na quinta parte da obra, englobados nas análises crítica e genealógica.

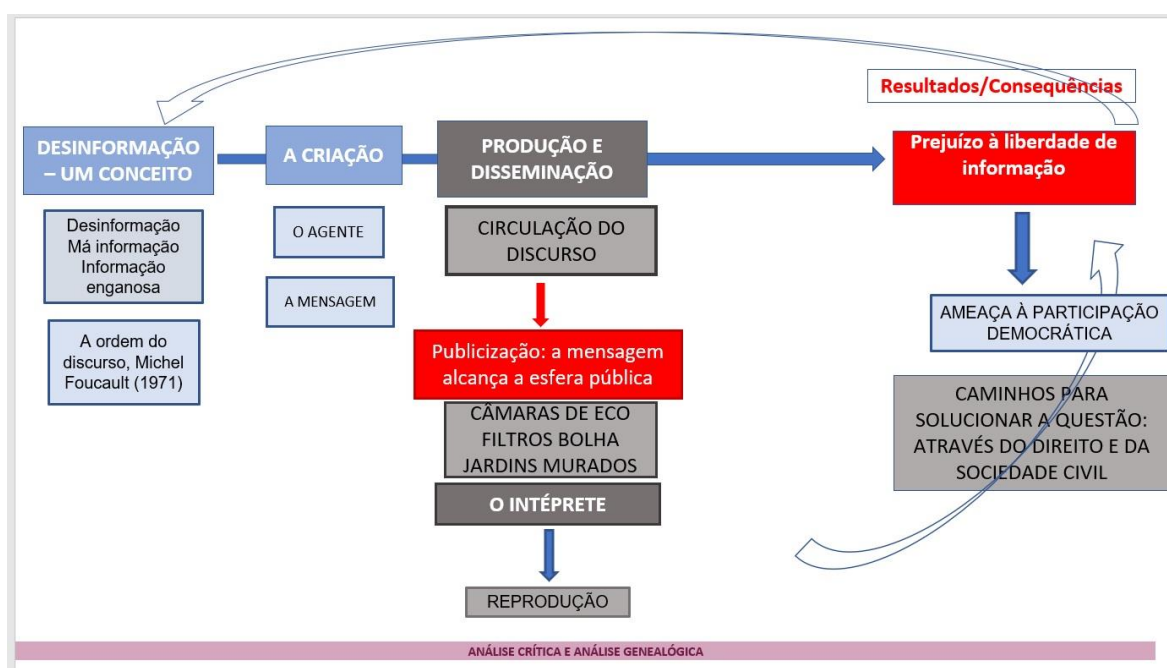


Figura 1 Modelo de análise. Autoria própria

Conforme infere-se do quadro acima, todo o modelo de análise proposto é estudado sob a perspectiva da análise crítica e da análise genealógica propostas na obra *A Ordem do Discurso* (1997). A análise crítica coloca em prática o princípio da inversão: analisa as formas de exclusão, de limitação, de apropriação dos discursos mostrando como essas apropriações se formaram, para responder às necessidades, como se modificaram e se deslocaram, que força exerceram efetivamente e em que medida foram contornadas (Foucault, 1997, p. 45-46), aqui aparecem as figuras do autor, da disciplina, da vontade de verdade e do comentário, que serão analisados posteriormente.

Enquanto isso, a análise genealógica age conforme os princípios da descontinuidade, da especificidade e da exterioridade, ou seja, como se formaram, através de, apesar de, ou com, o apoio dos sistemas de coerção, de séries de discursos. Nesse sentido, o princípio de descontinuidade mostra que não há um não-dito que deva enfim ser dito; algo reprimido que deva ter a palavra. Pois, “os discursos devem ser tratados como práticas descontínuas, que se cruzam por vezes, mas também ignoram ou se excluem” (Foucault, 1997, p. 39). Já o princípio da especificidade diz respeito a não transformar o discurso num jogo de significações prévias, assim, os significados propostos nos discursos não devem ser considerados verdades universais e absolutas, apenas por serem pronunciados por autores validados (Brandão, 2015). Por último, o princípio da exterioridade, onde questionamos o que torna o discurso possível. É a partir do próprio discurso, da sua aparição e da sua regularidade que passamos às suas condições externas de possibilidade, ou seja, tudo aquilo que dá luz à série aleatória desses acontecimentos (Foucault, 1997, p. 40).

A análise genealógica refere-se à formação efetiva dos discursos, no interior ou no exterior dos limites do controle. A análise crítica é uma análise do controle do discurso, analisando processos de rarefação, reagrupamento e reunificação dos discursos; enquanto a genealogia analisa a formação dispersa, descontínua e regular (Foucault, 1997, p. 48).

Entre a análise crítica e a análise genealógica não há uma diferença de objeto, mas de perspectiva, ora “toda tarefa crítica, pondo em questão as instâncias do controle, deve analisar ao mesmo tempo as regularidades discursivas através das quais elas se formam; e toda descrição genealógica deve tomar em consideração os limites que estão no jogo das formações reais” Foucault (1997, p. 49). Em suma, a análise crítica do discurso detecta princípios de ordenamento, de exclusão, de rarefação; e a análise genealógica do discurso detém-se nas séries de formação efetiva do discurso, seu poder de afirmação, seu poder de constituir os domínios dos objetos dos quais se poderia afirmar, ou negar, proposições verdadeiras ou falsas (Foucault, 1971, p. 51).

Retomando os conceitos de Wardle e Derakhshan (2017, p. 25), os pesquisadores identificam que o discurso da desinformação forma uma estrutura dividida em três etapas: criação, produção e disseminação (subdividida em distribuição e reprodução). Vejamos abaixo:



Figura 2 Estrutura proposta por Wardle e Derakhshan (2017, p.25), utilizando como exemplo a notícia "Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President, Releases Statement".

Inspirada no pensamento de Michel Foucault, para quem os discursos permitem indefinidamente a criação de novos discursos – tema que será retomado e aprofundado nos capítulos seguintes – proponho, então, a seguinte estrutura:

1. CRIAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO DIGITAL

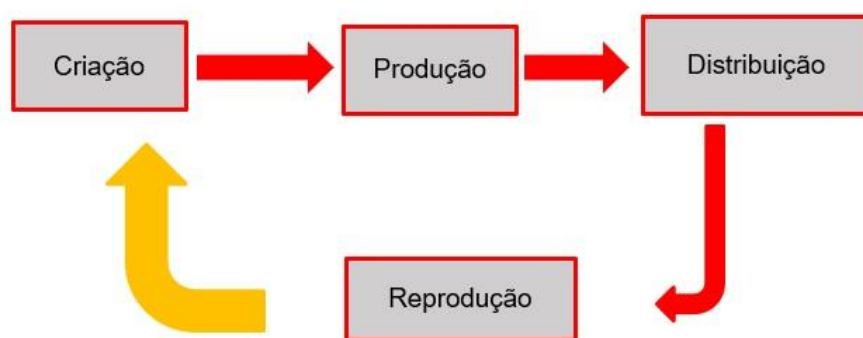


Figura 3 Estrutura proposta: a reprodução origina novos discursos, retomando à fase de criação e reiniciando o ciclo, representado pela seta em amarelo. Autoria própria.

A estrutura da desinformação é, então, diferentemente do proposto por Wardle e Derakhshan (2017), entendida como cíclica, e assim, passo a denominá-la de ciclo da desinformação. A transformação da estrutura em um ciclo está representada pela seta em amarelo, uma vez que compreendo que a fase de reprodução vai além do compartilhamento das informações falsas, pois possibilita a criação de novos discursos, reiniciando toda a estrutura.

Para facilitar o entendimento, em breves linhas de contextualização, a criação diz respeito à concepção da notícia/fato, que identifico como a esfera originária; já a produção concerne à publicação da notícia nos meios de comunicação; a distribuição é a etapa do compartilhamento nas redes sociais; e, por fim, a reprodução é o re-compartilhamento da notícia por várias pessoas. A etapa de reprodução/re-compartilhamento das notícias falsas, desempenha um papel fundamental na sobrevivência do ciclo da desinformação, que se sustenta a partir de uma disseminação incalculável dos artigos falsos. Cada uma dessas etapas consta com a participação do que os autores Wardle Derakhshan (2017) denominam de elementos, isto é, agente, mensagem e intérprete. Tanto as etapas quanto os elementos serão objetos de análise nos tópicos que se seguem.

1.2. A etapa da criação

Como demonstrado acima, Wardle e Derakhshan (2017, p. 25) identificam como primeira etapa da desinformação o que denominam de criação, onde um artigo é concebido por uma pessoa indeterminada, e nele estão presentes os elementos agentes, mensagem e intérprete. Para o propósito deste estudo, neste momento, analiso a etapa da criação, a partir do conceito de discurso trazido pela análise foucaultiana a respeito dos elementos agente e mensagem³.

1.2.1. Mensagem

A mensagem, segundo Wardle e Derakhshan (2017), pode ser comunicada de várias maneiras: em forma de texto, em forma de material audiovisual, pessoalmente etc. Entretanto, os autores observam que, apesar da discussão acerca da desinformação se concentrar em artigos de textos fabricados, frequentemente, a mensagem desinformativa aparece também em formato audiovisual (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 26).

A desinformação em audiovisual pode se apresentar em vídeos/áudios manipulados, com trechos tirados de contexto, ou, como as famosas *deepfakes*⁴. Ao especificar as características da mensagem, Wardle e Derakhshan, (2017) aventam cinco questões: quão duradoura é a mensagem?; quão precisa é a mensagem?; a mensagem é legal?; a mensagem é “conteúdo impostor”, ou seja, postada como uma fonte original?; e, qual o alvo pretendido da mensagem? (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 27).

³ Apesar dos autores Wardle e Derakhshan (2017) apontarem para a presença dos três elementos, presentes e simultâneos, em todas as etapas do ciclo da desinformação, decidi que, para melhor compreensão dos objetivos deste estudo, analisarei os elementos mensagem e autor na etapa da criação, e o elemento do intérprete na etapa da reprodução. Alerto que isso não invalida possíveis referências aos elementos em outras etapas. Pois, posteriormente, as etapas da produção e distribuição da desinformação também serão analisadas, sob a perspectiva do ecossistema digital e da circulação do discurso, e não apenas como um elemento isolado.

⁴ As *deepfakes* são produtos de aplicações de inteligência artificial (IA) que criam vídeos hiper-realistas com trocas faciais que deixam poucas evidências de que se trata de uma manipulação (Westerlund, 2019). Os vídeos contendo *deepfakes* podem ter caráter humorístico, político ou até mesmo pornográfico – nesse caso, existe uma grande preocupação com a utilização das *deepfakes* para a prática de pornografia de vingança.

Portanto, para garantir a coesão metodológica pretendida, me ateno neste tópico a analisar duas das cinco questões. A primeira é, quão duradoura; e a segunda, quão precisa é a mensagem. Somente, no tópico a seguir, retomo às questões do conteúdo impostor e do alvo da mensagem. No que se concerne à legalidade – referente ao questionamento “a mensagem é legal?” –, trata-se de uma perspectiva jurídica do conteúdo da mensagem, podendo ser ilegal por conter discurso de ódio reconhecido, e/ou violações de privacidade ou propriedade intelectual, por exemplo (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 27).

Todavia, importa primeiro, discorrer acerca do discurso na perspectiva foucaultiana. A figura do elemento mensagem no ciclo da desinformação é – em todas as suas formas (escrita, audiovisual, imagética) –, conforme a minha compreensão, a materialização de um ou mais discursos. Assim, em consonância com o marco teórico deste trabalho, o discurso, e posteriormente a mensagem, são entendidos e analisados sob a perspectiva de Michel Foucault, principalmente, mas não só, a partir da obra *A ordem do discurso* (1997).

Os autores Silva e Júnior (2014) anotam que o discurso é concebido por Foucault como a reverberação de uma verdade que nasce diante dos olhos do próprio sujeito, isto é, como enunciados materialmente existentes, escritos ou pronunciado. Pode ser entendido, ainda, através do elo discurso (enunciações) e prática (práticas sociais dos sujeitos). O elo se forma a partir do entendimento do discurso como um conjunto de regras anônimas e históricas que são determinadas no tempo-espço e definem as condições de exercício da função enunciativa.

Ora, Foucault marca o discurso como um conjunto de enunciados que, ainda que pertençam a campos diferentes, obedece a regras comuns de funcionamento. Revel (2005) aponta que essas regras vão além da linguística ou formalidade, contudo, reproduzem um número de cisões que foram determinadas historicamente. Ou seja, a ordem do discurso própria de um período, ultrapassa a função normativa e reguladora, tendo como característica mecanismos de organização através da produção de saberes, estratégias e práticas.

Ao analisar as obras de Foucault, Cesar Candiotto em seu livro *Foucault e a crítica da verdade* (2010, p. 51) reflete que o discurso não é “um reflexo neutro em si mesmo, *expressão* de um estado de coisas já constituído; tampouco é uma *reprodução* de um sistema preexistente”⁵, mas um “campo estratégico” que está em contínua modificação. Assim, a ordem do discurso proposta por Foucault, é a “articulação dominante de forças que sujeita outros saberes” (Candiotto, 2010, p. 51). Importa salientar, ainda, que a materialidade do discurso se refere, também, àquilo que não é dito ou que é indicado por gestos, atitudes e comportamentos (Candiotto, 2010, p. 51).

Desse modo, o discurso é permeado por questões ideológicas e temido por sua capacidade de construir e destruir, constituindo, assim, a realidade na qual nos inserimos. Como caracteriza Sousa (2010, p. 2), o discurso possibilita a materialização das ideologias e “torna-se perigoso na medida em que serve a interesses, consolida estratificações sociais, pode ser usado para marginalizar, discriminar”, de maneira que o discurso passa a ter o significado de poder. Na perspectiva de Batista (2020, p. 31) é importante perceber que o discurso vai além de uma sequência de palavras, se construindo enquanto uma rede de pensamentos que advêm das relações de poder “defendendo e legitimando as ideologias”.

Ademais, uma vez que o discurso é compreendido como a materialização de ideologias (Sousa, 2010), passa então a servir como instrumento de dominação, sendo utilizado pelo sujeito para garantir posições que representam interesses de classe. O discurso também passa a ter utilidade para o indivíduo, conforme anota Sousa (2010) para “mascarar uma realidade, suplantar verdades, garantir posições”, o que reafirma os objetivos deste trabalho.

Dito isso, retomo às questões que permeiam a mensagem desinformativa, abordando o que se refere a primeira questão, ou seja: quão durável é a mensagem? Wardle e Derakhshan (2017) afirmam que algumas mensagens são construídas para permanecerem relevantes ao longo do tempo; enquanto outras são construídas para um curto espaço de tempo, como algumas mensagens eleitorais, por exemplo.

⁵ Grifos do autor.

Afastando-me do que afirmam Wardle e Derakhshan (2017), compreendo a durabilidade da mensagem sob duas perspectivas.

A primeira perspectiva é de que, tratando-se da temática principal, reconheço o discurso enquanto mutável de acordo com as transformações da sociedade, mas, ao mesmo tempo, durável, visto a manutenção e continuidade de determinados discursos (e.g. discursos de ódio contra grupos étnicos). Nesse sentido, como segunda perspectiva, entendo a mensagem como a materialização do discurso, e compreendo que o que perdura ao longo do tempo não é a mensagem em si (materializada enquanto linguagem), mas, sim, o discurso sob a qual essa está construída.

A segunda questão refere-se à quão precisa é a mensagem. Wardle e Derakhshan (2017) descrevem que a desinformação tem, por um lado, a característica de ser uma informação verdadeira usada para prejudicar “seja movendo informações privadas para a arena pública ou usando afiliações das pessoas, como sua religião, contra elas” (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 27) e, por outro lado, a característica de serem informações imprecisas. Portanto, quanto a esse aspecto, importa traçar uma breve análise sobre a perspectiva foucaultiana de um discurso verdadeiro.

Preliminarmente, cabe dizer que na ótica foucaultiana, ao invés de perguntarmos se um discurso é verdadeiro, devemos perguntar como tal discurso se tornou verdadeiro (Batista, 2020). Assim, o objetivo deste estudo não é fazer juízo de valor quanto à veracidade ou não das mensagens, mas, compreender como mensagens comprovadamente imprecisas têm lugar na sociedade enquanto verdades. Nas investigações genealógicas de Foucault, a verdade é pensada, então, como um efeito (Candiotto, 2010).

Na perspectiva de Candiotto (2010), o discurso que é qualificado como verdadeiro é aquele que, de alguma maneira, se sobrepôs e se impôs, relegando os outros discursos ao falso. Essa separação entre verdadeiro e falso é marcado pela vontade de verdade (Candiotto, 2010, p. 52). Na obra *A Ordem do Discurso* (1997), Foucault destaca que a vontade de verdade é reforçada e reconduzida por todo um conjunto de práticas como, por exemplo, a pedagogia, o sistema dos livros, das

bibliotecas etc. Mas, também, é reconduzida mais profundamente pelo modo como o saber é aplicado em uma sociedade, como é valorizado e distribuído, repartido, atribuído. E, essa vontade de verdade que está apoiada sobre um suporte e distribuição institucional, tende a exercer sobre outros discursos uma pressão e um poder de coerção (Foucault, 1997, p. 15).

A vontade de verdade é a vontade de dizer o discurso verdadeiro. E o que está em jogo é o desejo e o poder, uma vez que esse discurso verdadeiro, em sua forma, liberta o desejo e o poder. Desse modo, a vontade de verdade o atravessa, a fim de não deixar a verdade mascarada, e, assim, nós olhamos apenas para a verdade universal, mas não para a vontade de verdade (Foucault, 1997, p.17-18). Em síntese, Andrade e Coriolano (2018, p. 222) traduzem a vontade de verdade como “o desejo de que algo seja verdadeiro e, dessa forma, a crença no estabelecimento de uma verdade absoluta”. Isto posto e, ainda que reconhecendo a necessidade de questionar a veracidade das informações como uma das formas de combate à desinformação, o que me interessa neste estudo é questionar a vontade de verdade, indo além da ideia de verdade *versus* falsidade, para perceber como determinada mensagem se tornou verdadeira e quais são os seus efeitos.

Portanto, e em síntese, a etapa da criação é a concepção da figura do discurso, que apesar de não ser inédito, constitui-se único e objeto de desejo. Esse discurso/mensagem, especificamente na desinformação, é concebido por um sujeito (agente) que detém características específicas.

1.2.2. Agente

Primeiramente, entendo ser importante a compreensão do sujeito fundante do discurso/mensagem da desinformação, e para tal, traço algumas linhas acerca do princípio da autoria, segundo Michel Foucault. A figura do autor, na perspectiva de Foucault (1997), faz parte do grupo que o filósofo chama de procedimentos de exclusão internos: onde os discursos exercem o seu próprio controle – ou aqueles que dominam a aparição aleatória dos discursos; trata-se de procedimentos de classificação, ordenação, e distribuição que submetem o acontecimento do discurso.

Ora, o autor não é entendido como sujeito que pronunciou ou escreveu o texto, mas como princípio de agrupamento do discurso.

O princípio da autoria, no entendimento de Silva e Júnior (2014), abrange o conjunto das relações que de forma consciente ou não, internamente ou externamente, posicionaram, reordenaram e constituíram os signos e objetos que atuaram na construção do discurso. O autor é aquele que dá unidade às significações do texto, uma vez que existem muitos discursos que não recebem o seu sentido de um autor. Em contrapartida, existem outros domínios, como o da literatura ou da filosofia, em que há a atribuição de autoria.

Na ordem do discurso científico da Idade Média, a atribuição de autoria era indispensável, uma vez que atribuir autor a um discurso era um indicador da veracidade deste. O valor científico era recebido do autor. Diferentemente, os discursos literários circularam no anonimato, e apenas no século XVII é que a importância do autor começa a crescer. Outrossim, ainda que entendido como um princípio de agrupamento do discurso, Foucault não nega a existência do indivíduo que escreve e inventa. Na verdade, o filósofo pensa esse indivíduo como alguém que retoma a função do autor, uma vez que aquilo que ele escreve ou deixa de escrever, é prescrito pela função de autor a partir do que recebe da sua época e do que dela modifica. Dessa forma, o pensador ressalta que: “o comentário limitava o acaso do discurso pelo jogo de uma identidade que teria a forma da repetição e do mesmo. O princípio do autor limita esse mesmo acaso pelo jogo de uma identidade que tem a forma da individualidade e do eu” (Foucault, 1997, p. 22-24).

Essa visão sobre o autor, trazida por Foucault, é caracterizada a partir da identidade e individualidade. Ou seja, a identificação do sujeito, no século XXI aufere, pelo menos, duas perspectivas interessantes: a primeira é que diante das características peculiares à rede mundial de computadores e às redes sociais, o agente que cria o discurso permanece, quase sempre, no anonimato; porém, para que esse discurso seja validado pela sociedade deverá ser atribuído a quem exerça o direito privilegiado de fala, um papel de autoridade, tornando-se assim, a segunda

perspectiva. Dessa forma, e em certo ponto, o princípio da autoria pode ser compreendido de maneira análoga ao elemento agente da desinformação.

O agente, conforme concepção de Wardle e Derakhshan (2017), é o sujeito, nem sempre determinado, que atua em uma ou todas as fases da desinformação. Destacar o agente na fase de criação, ainda que tenha participação nas outras fases da cadeia da desinformação, parte da compreensão foucaultiana da figura do agente enquanto unidade de origem das significações do discurso (Foucault, 1997), uma característica da categoria do autor. Para entender o agente, Wardle e Derakhshan (2017) sugerem sete questões: identificar que tipo de atores são os agentes; quão organizados estão; quais as suas motivações; qual público pretendem alcançar; se o agente usa tecnologia automatizada; se pretendem enganar; e, por último, se pretendem causar dano.

Quando se trata dos tipos de atores, Wardle e Derakhshan (2017) classificam que estes podem ser oficiais (e.g. serviços de inteligência, partidos políticos) ou não oficiais (e.g. grupo de cidadãos que se organiza em torno de determinada questão). Os autores supra destacam o papel dos atores oficiais, uma vez que quando são os envolvidos na disseminação de desinformação, “a sofisticação, o financiamento e o impacto potencial de uma mensagem ou campanha de mensagens sistemáticas é muito maior” (Wardle e Derakhshan, 2017, p. 25).

O destaque dado aos atores institucionais, de maneira foucaultiana, pode ser compreendido a partir do papel institucional o qual está ancorado a nossa vontade de verdade descrita no tópico anterior. Além disso, os atores oficiais validam o discurso por representarem o que Foucault (1997) denomina de direito privilegiado ou exclusivo do sujeito, que afirma que não são todos que podem falar. Assim, uma vez que apenas determinadas pessoas têm autoridade para falar, quando a desinformação parte ou é subscrita por um ator (autor) oficial/institucional, a sua propagação se dá com expressiva relevância.

Nessa perspectiva, cabe então, retomar à questão do conteúdo impostor do elemento mensagem, uma vez que, o conteúdo impostor é a utilização de imagens ou marcas reconhecidas para que a mensagem pareça ser de autoria de uma fonte oficial,

1. CRIAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO DIGITAL

e assim parecer crível (Wardle e Derakhshan, 2017, p. 27). Como exemplo dos impactos da desinformação compartilhada por atores institucionais, vejamos o caso brasileiro conhecido como “kit covid”, que se trata do tratamento precoce para a infecção causada pelo no SARS-COV-19:



Figura 4 Tweet postado pelo Presidente brasileiro Jair Bolsonaro em defesa do tratamento precoce para Covid-19. Fonte: (UOL, 2021)

O presidente Jair Bolsonaro (Sem Partido) representa uma fonte institucional, figurando como autoridade máxima do país. Segundo dados da agência de checagem Aos Fatos, 83% das publicações com mais interações nas redes sociais e que defendem o tratamento precoce para a Covid-19 partiram de Bolsonaro e seus apoiadores, totalizando 5,3 milhões de interações⁶. Como consequência, a agência de checagem de fatos revela que a utilização de medicamentos para tratamento precoce da Covid-19 tem levado pacientes para a fila de transplante de fígado, em decorrência da chamada hepatite medicamentosa (Bernardo Barbosa, 2021). Na imagem utilizada como exemplo, é possível observar que a rede social *Twitter* adicionou um alerta de informação enganosa para a publicação do presidente, uma vez que a Organização Mundial da Saúde (OMS) desaconselha o chamado tratamento precoce, por não ter sua eficácia comprovada cientificamente.

⁶ Dados referentes às 300 publicações com mais interações acerca do tema, analisadas pelo site *Aos Fatos* até à data de 22 de março de 2021.

A segunda característica a ser analisada, quando se trata dos autores da desinformação, diz respeito ao nível de organização dos agentes. Wardle e Derakhshan (2017, p. 26) destacam que os agentes podem trabalhar “individualmente, em organizações de longa data e rigidamente organizadas (e.g. empresas de PR ou grupos de lobby) ou em grupos improvisados organizados em torno de interesses comuns”. A organização dos agentes pode ser analisada sob o viés das sociedades do discurso foucaultiana.

As sociedades do discurso intentam conservar ou produzir discursos com espaço de circulação restrito, distribuindo-os, segundo regras restritas. Porém, alerta Foucault (1997, p. 30) que, ainda que não existam mais essas sociedades do discurso, com os seus jogos de segredo e divulgação, tanto na ordem do discurso verdadeiro, quanto na ordem do discurso público e livre de qualquer ritual, ainda se exerce a apropriação de segredo e de não-permutabilidade. Assim, o filósofo toma como exemplo o ato de escrever um livro. Ora, esse ato de escrever tal como está institucionalizado no livro, na edição e no personagem do escritor tem sua base numa sociedade do discurso, ainda que difusa, mas de certeza coercitiva (Foucault, 1997, p. 31).

Outra manifestação da existência das sociedades do discurso é mostrada por Foucault (1997, p. 31) nas características do sujeito escritor. Elas são: sujeito que se diferencia de outros sujeitos ou atividades que também falam e escrevem; atribuição ao seu próprio discurso de um caráter intransitivo; singularidade fundamental que confere à escrita. Para o filósofo, tudo isso manifesta a existência de uma certa sociedade do discurso. Dessa forma, no que tange às sociedades do discurso, Foucault (1971, p. 32) conclui que existem, ainda, outras sociedades do discurso para além das que citou e que, tais sociedades funcionam sobre outros regimes de exclusividade e de divulgação, como por exemplo: o segredo técnico ou científico; as formas de difusão e circulação do discurso médico; as que foram apropriadas pelo discurso econômico ou político.

Como referência das sociedades do discurso que atuam nas redes sociais encontramos o exemplo trazido por Wardle e Derakhshan (2017) no que tange à

organização dos agentes: a figura dos “*fake tanks*” que são corpos partidários disfarçados de *think tanks*. Os *fake tanks* conforme dados trazidos pela *Transparify* para o trabalho de Wardle e Derakhshan (2017, p. 32) variam de entidades fictícias criadas para promover agendas e interesses determinados de um financiador oculto a organizações estabelecidas que trabalham com questões políticas e comprometem sua independência intelectual e a integridade da pesquisa para promover agendas e interesses de vários financiadores. Os autores destacam que os representantes dos *fake tanks* aparecem constantemente nas mídias para argumentar favorável, ou contrariamente, à certas políticas utilizando dos rótulos de *think tanks* e de trabalhos enganosos com títulos acadêmicos enganosos, o que reforça a ideia da autoridade para falar o discurso.

O terceiro ponto necessário para compreender o papel do agente, conforme trazem Wardle e Derakhshan (2017, pp. 26; 33-36) é questionar as motivações desse. Os autores compreendem que as motivações podem ser divididas em políticas, financeiras, e social e psicológica. Importa salientar que ao apresentar as motivações do agente, os pesquisadores destacam que, ao olhar para o que motiva o agente da desinformação, conseguimos compreender não apenas o funcionamento das campanhas de desinformação e má-informação, como também, perceber maneiras de resistir (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 33)⁷.

As motivações políticas podem basear campanhas inteiras de desinformação (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 33). Dois casos bem conhecidos na literatura são as interferências russa na corrida presidencial americana de 2016 e as ações da CA⁸ no mesmo pleito e no plebiscito do Brexit. Contudo, as motivações financeiras também podem ser a única motivação para a criação, produção e/ou distribuição de desinformação, assim como empresas podem ser baseadas apenas nas campanhas de desinformação (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 34). Pois, a

⁷ As motivações do agente podem variar de acordo com a atuação deste em cada uma das fases que compõem a estrutura da desinformação. Wardle e Derakhshan (2017) compreendem que, por essa razão, as motivações do agente não devem ser tratadas de maneira generalista, ou apontadas a todos os agentes indistintamente, uma vez que na fase de redistribuição, por exemplo, o usuário da rede social pode não estar ciente do propósito real da mensagem, não pretendendo causar dano e, assim, não se enquadrando na definição de desinformação.

⁸ As ações na CA podem ser compreendidas, também, como motivações financeiras.

desinformação vem consolidando-se como um modelo de negócio lucrativo. Marinoni e Galassi (2020) trazem conceitos importantes para compreender o processo de desinformação enquanto um modelo de negócio: custo por clique (CPC); custo por mil (CPM); custo por aquisição (CPA); e o *zero rating*.

O CPC, ou também conhecido como pagamento por clique, é uma das técnicas mais utilizadas e mais populares, vez que os usuários recebem pagamento proporcional à taxa de sucesso ao convencer outros usuários a clicarem em *links*. Em sua maioria, esses *links* promovem produtos ou serviços de terceiros, mas, também vêm sendo utilizados para a propagação de notícias falsas. O usuário alvo desses anúncios “é ‘encontrado/a’ graças à utilização de seus dados pessoais, processados por um banco de dados que ele/a provavelmente desconhece”. (Marinoni e Galassi, 2020, l. 60)

Já na técnica do CPM, o que define o retorno financeiro não são os números de cliques, mas sim de visualizações. Para cada milhar de visualizações o anunciante paga a/o usuária/o que publica o anúncio uma quantia já pré-determinada, de forma que a/o usuária/o responsável por gerenciar o conteúdo recebe uma recompensa por cada anúncio que é mostrado. E, no CPA, o pagamento só é gerado quando a/o usuária/o realiza efetivamente uma operação comercial: ao adquirir um produto ou serviço ou, se cadastrar num banco de dados, por exemplo. (Marinoni e Galassi, 2020, l. 60)

Para Marinoni e Galassi (2020), o modelo de negócio nas plataformas digitais tem como base o hiper estímulo e a visualização com objetivo de converter a atividade da/o usuária/o em lucro. Deixando, assim, de lado as preocupações éticas com o conteúdo ou com o tipo de uso que lhe é dado, uma vez que tais preocupações tornam-se obstáculos e dificultam a maximização dos lucros. Um outro processo que se tornou prática das empresas é o perfilamento da/o usuária/o. As/os usuárias/os têm os seus dados processados, o perfil psicológico traçado a partir de seus dados individuais e assim, permite-se a produção de um conteúdo individualizado (Marinoni e Galassi, 2020, l. 61).

O que convencionou-se chamar de *zero rating* ou tarifa zero, na lógica mercadológica consiste na disponibilização “gratuita” de acesso à alguns aplicativos, pelas companhias de telefonia, quando a franquia da/o cliente esgota. Marinoni e Galassi (2020) apontam que o problema está quando a/o cliente de baixa renda fica com uma capacidade de navegação limitada e com o acesso restrito a alguns aplicativos, dificultando, assim, a checagem de informações que recebe pelas plataformas e pelos serviços de mensagens instantâneas: “foi em parte como consequência desse modelo de negócio que o *WhatsApp* protagonizou o espetáculo da desinformação nas eleições brasileiras de 2018” (Marinoni & Galassi, 2020, l. 20).

Por fim, as motivações sociais e psicológicas devem ser levadas em consideração, uma vez que podem partir desde a vontade de causar problemas ou entretenimento nas redes, até a situações mais graves de compartilhamento de desinformação. Para Marinoni e Galassi (2020) a face social da desinformação – ainda que a política seja um ambiente propício para o fenômeno, sendo o principal cenário das disputas pelo poder – é mais difusa e está comumente relacionada à episódios de opressão e violência.

As motivações apresentadas por Wardle e Derakhshan (2017) são interessantes e válidas, porém, interpreto que independente dos motivos políticos, financeiros e sociais e psicológicos que incentivam as ações do agente, estas estarão assentes nas suas respectivas vontades de verdade. Como já foi demonstrado neste capítulo, a vontade de verdade tem um papel institucional e está ancorada por um conjunto de práticas. E é pela nossa vontade de saber, que se atravessa a oposição verdade e falso (procedimentos exteriores de exclusão), possibilitando a aceitação de um enunciado (Foucault, 1997).

O quarto questionamento, que devemos fazer quando se trata do agente, é acerca do público/audiência pretendido com a criação – e as outras três fases da estrutura – da desinformação. Na perspectiva de Wardle e Derakhshan (2017), diferentes agentes podem ter diferentes públicos como alvo, e esse público, ou audiência, pode variar “de listas internas de uma organização ou consumidores, para

grupos sociais com base em características socioeconômicas, para toda uma sociedade” (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 26).

De forma análoga, o foco em uma audiência/público-alvo para a desinformação pode ser analisado sob a perspectiva das condições de funcionamento do discurso trazidas por Foucault (1997, p. 26), quando ele trata dos procedimentos de exclusão, a partir dos sujeitos que falam. Tais procedimentos impõem regras aos indivíduos que pronunciam o discurso e assim não permite que toda a gente tenha acesso a ele. Quando a desinformação é criada visando atingir um público específico, há aqui um procedimento de exclusão que define quem deve ter acesso ou quem é o destinatário do discurso, excluindo outros sujeitos. Dentro desse grupo aponto, também, para o conceito de sociedade do discurso, que já foi descrito neste capítulo.

De mesmo modo, o público-alvo para o qual é destinado a desinformação pode ser entendido a partir dos grupos doutrinários, outro dos aspectos dos procedimentos de exclusão, segundo os sujeitos que falam. Na doutrina, o discurso tende a se difundir de forma que, pela partilha de um só, é que indivíduos tão numerosos quanto se queira passam a definir uma pertença recíproca. A doutrina liga os indivíduos a certos tipos de enunciação, e lhes proíbe todos os outros (Foucault, 1997, p. 32). Aparentemente, o que é requerido pela doutrina é que haja por parte dos sujeitos um reconhecimento das mesmas verdades, e aceitação de certas regras mais ou menos flexíveis, em conformidade com os discursos que foram validadas por determinada doutrina. Mas, se fosse apenas isto, as doutrinas não seriam tão diferentes das disciplinas científicas, e o controle do discurso teria como objeto apenas a forma ou conteúdo do enunciado, e não o sujeito que fala.

Afinal, a doutrina coloca em causa os enunciados a partir dos sujeitos que falam: “na medida em que a doutrina vale sempre como o sinal, a manifestação e o instrumento de uma pertença prévia – pertença de classe, de estatuto social ou de raça, de nacionalidade ou de interesse, de luta, de revolta, de resistência, de aceitação” (Foucault, 1997 p. 33). Foucault (1997) conclui suas considerações sobre a doutrina, afirmando que ela liga os indivíduos a certos tipos de enunciados e, como consequência, proíbe outros. E, em contrapartida, a doutrina serve-se de certos tipos

de enunciação para ligar indivíduos e diferenciá-los de outros realizando, assim, uma dupla sujeição: dos sujeitos que falam aos discursos e dos discursos ao grupo.

O que nos leva ao último questionamento quando se trata de mensagem: o alvo pretendido. Pois, enquanto o agente tem um público pretendido, a mensagem tem um alvo. Esse último pode ser compreendido como um indivíduo ou uma coletividade: organizações, grupos sociais etc. (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 27). Todavia, por outra perspectiva, o alvo também pode ser visto como as vítimas da desinformação.

Por fim, cabe questionar a intencionalidade do autor – ou seja, se pretende causar dano ou se pretende enganar. Desse modo, importa perceber se a informação se encaixa como desinformação, má informação ou informação enganosa. Posteriormente, o uso de tecnologia automatizada será analisado na fase de distribuição da estrutura da desinformação, no capítulo que se segue. Nesse sentido, passo, então, à análise da fase de produção e disseminação da desinformação.

2. PRODUÇÃO E DISSEMINAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO

2.1. O sistema de recomendação

A intensa rotina vivida pela maioria das pessoas na atualidade, impulsionou as formas de otimização de tempo em grande parte dos setores, e com a internet não foi diferente. Marinho et al (2019) suscitam que o surgimento de diversos serviços online (e.g. vídeo, música, vendas) aumentou o desafio de otimizar o tempo que o usuário levava para escolher um conteúdo que fosse relevante ao seu gosto. Assim, as grandes companhias de tecnologia passaram a investir na busca pelo algoritmo perfeito, a fim de evitar a desistência de consumo por parte do usuário, por eventualmente, passar muito tempo à procura de conteúdo que lhe interessasse. Nesse sentido, surge o algoritmo de recomendação, que objetiva trazer o mais rápido possível aquilo que o usuário supostamente deseja encontrar (Marinho et al, 2019, p. 8).

Os autores supra descrevem que a função do algoritmo de recomendação é analisar aquilo que os usuários desejam, a partir de um banco de dados denso. O código leva em consideração uma análise do perfil de quem usa a internet, através de “padrões comportamentais, itens visualizados e mais uma série de outros fatores que fazem o algoritmo entender quais resultados da busca são em teoria mais relevantes para quem está realizando a mesma” (Marinho et al, 2019, p. 10).

Todavia, as “razões” que levam um algoritmo a recomendar anúncios e/ou conteúdo aos usuários são muitas vezes inacessíveis e pouco claras. Pois, exigem conhecimento técnico especializado, não existindo transparência sobre os critérios utilizados pelos desenvolvedores, além da incapacidade humana de interpretar o volume de dados. Esses mecanismos incorporam, da sociedade a qual estão inseridos, concepções, ideologias e preconceitos – de gênero, raça, classe, orientação sexual, entre outros – perpetuando e (ou) reforçando injustiças e desigualdades (Marinoni & Galassi, 2020, l. 61). Para melhor ilustrar o funcionamento desse tipo de técnica de recomendação, ou seja, da extração de dados pelos algoritmos e sua interferência no ecossistema digital, selecionei dois casos que tiveram destaque na literatura

especializada e na mídia: a atuação do *Google* no mercado publicitário através do *Google ad tech* e a atuação do *Facebook* na política.

O destaque dado à atuação das duas empresas justifica-se com dois fatos: o primeiro diz respeito à criação, por parte do *Google* de um sistema publicitário *online* e perverso que possibilitava que *sites* baratos e repletos de desinformação fossem mais competitivos que *sites* caros e renomados; o segundo fato diz respeito à maneira como o *Facebook* reforçou o sistema do *Google* e criou o ambiente propício para os gestores de campanhas atuarem (Moore, 2019).

Martin Moore (2019, p. 157) escreve que nos anos 2000 o *Google* adaptou a sua abordagem e passou a vender termos de busca, de forma que os anunciantes pagavam por palavras específicas que, ao serem digitadas no buscador, fariam com que o texto desse publicitário aparecesse ao lado dos resultados de busca. Em 2002, com o financiamento se tornando insuficiente e com a insatisfação dos investidores, o *Google* inverteu a forma como cobrava dos anunciantes, fazendo com que pagassem apenas pelos anúncios que eram efetivamente clicados pelas/os usuárias/os, assim, o sucesso de um anúncio não era medido pela exposição, mas pelo comportamento da/o usuária/o (Moore, 2019).

O sistema desenvolvido pelo *Google* fez com que os anunciantes e criadores de conteúdo pensassem, a todo momento, naquilo que faria as pessoas acessarem determinado anúncio, enquanto o *Google* “tinha de saber não só o total de cliques, mas também quem clicava em quê e quando, e o que acontecia em resultado disso” (Moore, 2019, p. 159). Nesse sentido, a empresa acabaria por seguir a/o usuária/o para fora do ecossistema digital, numa tentativa de saber se essa não só comprou algo *online*, mas se também foi até uma loja comprar o item pesquisado/sugerido (Moore, 2019).

Explica Moore (2019) que quando entramos em um *site* pela primeira vez e notamos espaços em brancos que demoram alguns segundos a aparecer, se deve ao processo de leilão que licita a atenção do usuário. Ao acessar um *site*, os dados da/o usuária/o são direcionados para uma bolsa de anúncios. Os anunciantes licitam de acordo com informações como local onde a/o usuária/o vive, quem é, o que faz e

diversas outras informações pessoais. O anunciante vencedor pode, então, mostrar o seu anúncio à pessoa que está acessando aquele *site*. Diante desse sistema, os anunciantes passaram a comprar pessoas, e não espaços nos canais de comunicação (Moore, 2019, p. 167).

Um sistema como o do *Google* precisa ser constantemente alimentado e atualizado com informações pessoais das/os usuárias/os e tais informações precisam ser alinhadas, de forma automática, com os desejos dos anunciantes (Moore, 2019, pp. 169 -170). Assim, o/a utilizador/a é transformado/a em mercadoria, sendo levado/a a consumir produtos, serviços e informações que buscam equivaler, em suposto, os interesses de quem usa a internet, com os interesses dos anunciantes e financiadores das plataformas.

No contexto da desinformação, o sistema do *Google* foi além da recomendação de conteúdo. Pois, comparativamente com os anúncios em meios renomados de comunicação social, os anunciantes conseguiam alcançar as mesmas pessoas, com menos custos, ao anunciar através do *Google ad tech*. Esses anúncios apareciam em sites de “conteúdos baratos e casuais” (Moore, 2019, p. 168). Todavia, a *ad tech* também ajudava a gerar receitas para sites que incentivavam ideias políticas radicais, além de portais que “inventavam notícias unicamente para conseguir receitas com os anúncios” (Moore, 2019, p. 176).

O estudo de Moore (2019) revela que uma pesquisa dirigida por Jonathan Albright (2017) descobriu que muitos sites hiper tendenciosos e conspiracionistas funcionavam com base em uma sofisticada tecnologia de seguimento de anúncios, permitindo uma coordenada campanha de condução de tráfego para estes. Ou seja, qualquer indivíduo ou alguém de sua rede de contatos que navegasse em um desses sites entrava para uma lista de alvos. Então, essas pessoas passavam a ser seguidas por toda a internet com “anúncios e notícias hiper tendenciosas” (Albright, 2017, cit. por Moore, 2019, p. 177). Ainda que com características específicas, coisa similar acontecia com um segundo conglomerado empresarial de tecnologia.

O segundo exemplo diz respeito à atuação do *Facebook* no cenário político. Moore (2019) assinala que o *Facebook* se tornou, desde a sua criação, o

principal espaço público digital para se discutir política, seja em estados democráticos, ou não. As campanhas eleitorais aproveitaram-se tanto da audiência, quanto de três fatores que, como expressa Moore (2019), permitiram ao *Facebook* e, conseqüentemente aos gestores de campanhas, alcançar utilizadores. E, esses três fatores ajudam a entender o cenário.

O primeiro foi proporcionar aos anunciantes uma vasta gama de critérios para identificar quem queriam alcançar. Em seguida, o *Facebook* deu aos anunciantes a possibilidade de contactar as/os usuárias/os em contextos, tidos como familiares, para tornar o anúncio mais confiável. A/o usuária/o não via o anúncio em qualquer site, mas no topo do seu *feed*, aparentando, assim, como uma recomendação de alguém de sua rede – o *Facebook* indicava que um/a amigo/a do/a usuário/a havia gostado de determinado anúncio. E, por fim, a rede social lançou um serviço chamado de “público personalizado”, que permitia aos anunciantes estabelecerem uma relação entre os dados que tinha de um/a usuário/a com os dados que o *Facebook* tinha sobre essa mesma pessoa (Moore, 2019, p. 136). Esses elementos, juntos, criaram um ambiente propício para que as pessoas pudessem ser estimuladas, mas também, eventualmente, engodadas, politicamente.

Empregando as palavras de Moore (2019, p. 137) os propagandistas ou gestores de campanha tinham a possibilidade de “alcançar o potencial eleitorado diretamente (através do telemóvel), num ambiente em que as pessoas confiavam (o seu *Feed* de Notícias personalizado), com uma mensagem feita à medida que já havia sido ratificada – ou ‘gostada’ – por alguém da sua rede de contactos pessoais”. Nessa perspectiva, a pesquisa de Lazarsfeld et al (1984, cit. por Moore, 2019) sobre a influência dos meios de comunicação tradicionais na opinião política dos cidadãos, assinala que a mídia tradicional não influenciava de maneira significativa a opinião das pessoas, mas, que, na verdade, elas eram influenciadas mais expressivamente pela opinião de sua rede de contatos.

Além disso, Lazarsfeld et al (1984, cit. por Moore 2019) descobriram que nem todas as pessoas impactavam na opinião das outras, identificando que existiam o que chamaram de “líderes de opinião”: pessoas que tinha uma maior consciência

política e que compartilhavam mais vezes aquilo que pensavam. No contexto do *Facebook*, ao registrar tudo o que a/o usuária/o faz em sua plataforma, era possível identificar quais são os membros, de cada contato, considerados líderes de opinião (Moore, 2019). Nesse sentido, o que o Facebook permitiu, por um lado, foi que as campanhas tivessem uma maneira de chegar diretamente aos eleitores (Moore, 2019, p. 141) mas, por outro, facilitou as políticas divisionistas e sectárias e a propagação de desinformação.

Em 2015, ao inserir em sua plataforma os “artigos instantâneos” o *Facebook* permitiu não somente aos meios de comunicação relevantes que publicassem seus artigos diretamente na plataforma, mas, abriu a possibilidade para que publicações tendenciosas e distorcidas também fossem publicadas, por sites que lucravam com desinformação (Moore, 2019, p. 148).

Os exemplos das atuações do *Google* e do *Facebook* – enquanto duas gigantes tecnológicas – importam para que seja possível perceber como as empresas utilizam dos dados das/os usuárias/os para recomendar conteúdo. E, como para além dos anúncios de produtos e serviços, tais técnicas influenciam a propagação de desinformação e o financiamento de sites que lucram com divulgação de notícias falsas. Outra técnica importante para entender a difusão de desinformação no ecossistema digital é a tecnologia persuasiva.

Tecnologia persuasiva é definida como qualquer sistema computacional interativo que esteja projetado para alterar o comportamento das pessoas (Insaurriaga, 2012, p. 48). A partir dessa definição nos deparamos, então, com o termo “*captologia*” (computadores como tecnologia persuasiva) que descreve o encontro de áreas da tecnologia computacional e da persuasão. Para tratar do estudo da *captologia*, Insaurriaga (2012) utiliza das análises de Fogg (2003) e apresenta dois níveis em que a tecnologia pode persuadir o usuário: o nível de macro persuasão onde a intenção persuasiva é global; e, o nível de micro persuasão onde a tecnologia não apresenta a intenção global de persuadir, porém, está lotado de elementos (e.g. caixas de diálogo, ícones de mensagens etc.) que influenciam a/o usuária/o a, por exemplo, permanecer mais tempo conectado.

A função dos computadores, quando da sua criação, não era persuadir, mas, manipular dados. Apenas com a popularização da internet que, conforme Insaurreaga (2012), a tecnologia persuasiva entra em ascensão, com a proliferação de websites propositadamente projetados para mudar atitudes e comportamentos das/os usuárias/os. É o caso dos websites que, oferecem sugestões baseadas nas preferências destas/es. Como vantagem sobre os humanos, os computadores podem utilizar várias modalidades de mídia ao mesmo tempo. Assim, muitas vezes as/os usuárias/os são influenciados não pela informação em si, mas pela forma como ela é apresentada. A variedade de formas como os computadores podem apresentar as informações em simultâneo – texto, vídeo, fotos, áudios – “permite à tecnologia atender as preferências do usuário por uma modalidade específica ou ainda combinar dois ou mais modos durante uma interação, a fim de produzir maior impacto persuasivo” (Insaurreaga, 2012, p. 55).

Uma outra característica da tecnologia persuasiva é a capacidade dos computadores de dimensionar de acordo com a demanda. Uma vez que um persuasor tecnológico tem a capacidade de alcançar milhões de pessoas ao redor do mundo, de maneira rápida e sem que o conteúdo original se perca no processo. Além da sua capacidade de estar em todos os lugares ao mesmo tempo, a chamada ubiquidade dos computadores (Insaurreaga, 2012).

Em entrevista ao serviço de *streaming* Netflix, para o documentário *The Social Dilemma* (2020) o ex-engenheiro do *Google* e *Facebook*, Justin Rosenstein, explica uma das várias formas de como o algoritmo de sugestão do buscador funciona. O ex-engenheiro relata que ao digitar no *Google* o termo “aquecimento global/*climate change*”, diferentes resultados são mostrados de acordo com a localização da/o usuária/o, podendo o buscador sugerir termos como: “aquecimento global é uma mentira”, ou “aquecimento global está causando a destruição da natureza”. Nesse sentido, a sugestão não visa mostrar a realidade sobre o aquecimento global, mas, resultados baseados na localização da/o usuária/o e no que o *Google* entende como de interesse dela/e (Netflix, 2020).

Um último exemplo, diante dos muitos que poderia utilizar nesse trabalho, ilustra de maneira interessante como o sistema de sugestão de conteúdo contribui para disseminação de desinformação. Trata-se do conhecido caso “*pizzagate*”. Em resumo, a partir da exposição de e-mails da, então candidata à presidência dos Estados Unidos, Hillary Clinton (Partido Democrata), apoiadores do opositor Donald Trump (Partido Republicano) criaram uma teoria da conspiração sobre uma rede de tráfico de crianças que tinha o porão de uma pizzeria como cenário⁹.

Renée DiResta, pesquisadora do *Stanford Internet Observatory*, também em entrevista para Netflix, elucida sobre o caso *pizzagate*. Ela comenta que conforme cresciam, na rede social *Facebook*, os grupos que discutiam sobre o assunto, o sistema de recomendação começou a sugerir que usuários em comum aderissem a grupos com o tema *pizzagate*. Assim, se um usuário tivesse tendências a acreditar em teorias da conspiração, o sistema de recomendação sugeriria tais grupos. O resultado disso foi um homem armado invadindo a pizzeria personagem das teorias, buscando libertar as crianças do porão (Netflix, 2020). Entretanto, o estabelecimento além de não possuir porão, não teve comprovada a participação em crimes de tráfico de pessoas.

Ao olharmos para o sistema de recomendação abordado neste tópico, os exemplos do seu funcionamento, e analisá-lo, de acordo com a teoria foucaultiana de *A ordem do discurso* (1997), fica evidente que os discursos/mensagens ao/as quais temos acesso *online* passam, de algum modo, pelos processos de controle, seleção e restrição que Michel Foucault descreve em sua obra. Ora, uma vez que existe um sistema guiado por IA que seleciona o que o usuário deve ver *online*, pressupõe-se que deixa de exibir outros conteúdos, ocorrendo então, uma interdição.

É na interdição onde se estabelece os direitos e as proibições quanto ao ato de falar, já que não é possível falar de tudo em qualquer circunstância. Como por exemplo, no que tange à sexualidade e à política, considerados por Foucault como os “buracos negros” da interdição, uma vez que “como se o discurso, longe de ser esse

⁹ Sugiro ver reportagem, de 13 de abril de 2018, da revista *Super Interessante*, com o título “Pizzagate: o escândalo de fake news que abalou a campanha de Hillary”. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/pizzagate-o-escandalo-de-fake-news-que-abalou-a-campanha-de-hillary/>

elemento transparente ou neutro no qual a sexualidade se desarma e a política se pacifica, fosse um dos lugares onde elas exercem, de modo privilegiado, alguns de seus mais temíveis poderes” e ainda que “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo pelo qual e com o qual se luta, é o próprio poder de que procuramos apoderar” (Foucault, 1997, p. 10).

Como mencionado, a interdição é dividida em três tipos: tabu do objeto; ritual da circunstância; e, direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala, esse já discutido durante a análise do papel do agente no ciclo da desinformação. Já o tabu do objeto (nem tudo pode ser falado) e o ritual da circunstância (não poder falar tudo em qualquer circunstância) são perceptíveis quando falamos do sistema de sugestão. Ora, basta tomar como exemplo o trecho da entrevista à Netflix com Justin Rosenstein, onde o ex-engenheiro da *Google* e *Facebook* exemplifica o funcionamento do sistema de sugestão com os termos de pesquisa “aquecimento global”.

Conforme relatado nos parágrafos anteriores, o buscador não mostra, necessariamente, os fatos verídicos sobre o aquecimento global, mas faz sugestões com base no local onde a busca foi feita e nos interesses do usuário que está realizando a busca. A seleção do que é mostrado segue esses critérios e a empresa seleciona o discurso que será mais aceitável para determinada pessoa. Dessa forma, deixa outros de lado, agindo a partir de um tabu do objeto, uma vez que nem tudo sobre o aquecimento global pode ser dito/mostrado àquela/e usuária/o. Ademais, ao selecionar as informações a partir da localização onde a busca está sendo feita, o *Google* age a partir de um ritual da circunstância, de forma que nem tudo pode ser falado em todos os lugares, ou naquele lugar em específico.

Como visto, o processo de interdição é executado por um sistema de sugestão a partir da IA, sendo por onde o discurso/mensagem passa para esfera digital. Dessa forma, agora, faz-se necessário compreender como a mensagem da desinformação irá circular. Nesse sentido, importa perceber também de que maneira a esfera digital é constituída, e assim, evidenciar a complexidade do problema. O resultado disso, tornará possível, mais adiante, o delineio das suas consequências.

2.2 A esfera digital, os filtros-bolha, as câmaras de eco e os jardins murados

Posto que o sistema de recomendação atua como um procedimento de interdição das narrativas, importa compreender as circunstâncias de tais interdições e a formação de nichos onde os discursos circulam. O primeiro deles é o efeito dos filtros-bolha, termo cunhado por Eli Pariser, em 2011. Os filtros-bolha são nichos onde a/o usuária/o tem acesso à informação de acordo com todos os dados colhidos e analisados pelo sistema de recomendação. Costa (2016, p. 18) diz que os filtros manipulam o conteúdo visto pelas/os usuárias/os “de forma sutil e opaca”, de tal modo que esses sequer percebem que um processo de filtragem existe.

Na prática, o que essa filtragem faz é isolar as/os usuárias/os em “bolhas” permitindo o contato apenas com informações que são semelhantes às suas ideologias. Vale ressaltar, por outro lado, que o volume de informações que estão disponíveis *online* é imenso e a filtragem acaba por se fazer necessária, visando evitar ruídos na comunicação (Costa, 2016). Spohr (2017), chama esse fenômeno de curadoria algorítmica da informação.

O problema se dá quando, ao utilizar do sistema de sugestão para fazer o processo de filtragem do conteúdo, as plataformas apenas reforçam as nossas visões do mundo e nos mantêm em câmaras de eco (Wardle & Derakhshan, 2017) – melhor descritas nos parágrafos seguintes – culminando em menor contato com a pluralidade e diversidade de informações (Costa, 2016).

Na perspectiva de Murray (2003), apesar de importante, a comunicação digital não confere excelência à transmissão da informação, uma vez que as informações nem sempre são verdadeiras, e as buscas nem sempre tem resultados verídicos alcançados. O que pode criar uma realidade caótica e fragmentada. Wardle e Derakhshan (2017) enfatizam que o problema fundamental dos filtros-bolha é a intensificação da polarização, ao permitirem que os usuários tenham acesso apenas a opiniões semelhantes às suas.

Nesse sentido, ao tratar da polarização de ideias enquanto consequência dos filtros-bolha, Spohr (2017) aborda alguns pontos interessantes. Para o autor, a

preocupação com o isolamento da/o usuária/o em bolhas, acarreta diferentes impressões daquilo que de fato está acontecendo no mundo. Uma preocupação que se intensifica com a ascensão das mídias digitais, uma vez que os meios de comunicação tradicionais já atendiam às ideologias de seus leitores, como forma de chamar a atenção para seu conteúdo, em detrimento ao conteúdo da concorrência.

Outros dois pontos abordados por Spohr (2017), para analisar a polarização ideológica, são os fenômenos da exposição seletiva e da percepção de que a “notícia que me encontra”¹⁰. O autor compreende tais fenômenos como dissociados da constituição dos filtros-bolha, todavia, acredito que são elementos que contribuem para o isolamento informativo da/o usuária/o, e por isso é significativo dedicar alguns parágrafos a esses fenômenos.

Para além da seletividade dos algoritmos, o fenômeno da exposição seletiva diz respeito à tendência (psicológica) da/os usuária/os de consumir materiais que se alinham às suas visões, evitando conteúdos diferentes ou que desafiam a sua posição (Spohr, 2017). Ainda que se trate de um fenômeno que, na maioria das vezes, acontece de forma parcial ou totalmente inconsciente. Contudo, como as/os usuárias/os não têm conhecimento quanto aos filtros das plataformas, e (ou) nunca notaram que a filtragem acontece, algumas vezes as pessoas tendem a escolher conteúdo que está alinhado às suas crenças, mesmo quando são apresentados conteúdos contrários a essas. Nesse último caso, é possível notar a presença da vontade de verdade foucaultiana, ou seja, estabelecida a crença numa verdade absoluta toda informação contrária é descartada. E, conforme destaca Spohr (2017), perceber que quando se trata da esfera digital, as/os usuárias/os podem, com facilidade, classificar as informações de acordo com os seus vieses, através de suas interações com o conteúdo, de forma que “a seletividade é potencialmente aprimorada pelo algoritmo” (Spohr, 2017, p. 154).

O segundo elemento é a percepção da “notícia que me encontra”, que consiste no sentimento, por parte da/o usuária/o, de que as redes sociais e os *feeds* de notícias têm tanta informação disponível que ela/e não precisa procurar pela notícia.

¹⁰ Tradução minha. No original, em inglês, “*news-finds-me perception*”.

Mantendo-se, portanto, informado indiretamente por aquilo que lhe é mostrado nas redes digitais, sem que tenha que pesquisar (Spohr, 2017). Conforme pontua Spohr (2017, p. 155), esse sentimento acarreta a transferência, para os algoritmos, da responsabilidade da/o usuária/o de se informar, dificultando uma aquisição autônoma de conhecimentos.

Assim, a exposição seletiva, a percepção da “notícia que me encontra” e o próprio sistema de recomendação de conteúdo, controlado por algoritmos, contribuem, de alguma maneira, para que a/o usuária/o seja colocada/o em uma bolha informativa que irá resultar na chamada câmara de eco¹¹. Filho (s.d., p. 4) considera as câmaras de eco como comunidades que são formadas artificialmente e que, como consequência têm um efeito desinformativo. Utilizando do trabalho de Jasny et al. (2015), os autores Ferreira e Rios (2017) dividem as câmaras de eco em duas partes: a primeira é a formação do eco; e a segunda, a formação do espaço onde o eco se forma (Jasny et al., 2015, cit. por Ferreira & Rios, 2017).

Nesse sentido, a primeira etapa se dá quando a informação sofre um eco. Ou seja, quando há a repetição dos pontos de vista dos quais a/o usuária/o está recebendo a informação. A pessoa facilmente os assimila, pois o eco age a partir do viés de confirmação instalada no fato de que uma informação ganha credibilidade à medida que o sujeito a ouve por diferentes fontes (Ferreira & Rios, 2017), ainda que tais fontes tenham obtido a informação de uma mesma fonte originária. De acordo com Filho (s.d.) o viés de confirmação resulta na produção de um fluxo informacional que intencionalmente conduz a/o usuária/o para o sectarismo ideológico. Como resultado, uma vez que o fluxo de informação está corrompido, a credibilidade nas fontes consideradas confiáveis (e.g. os meios de comunicação tradicionais e renomados) é deslocada para as fontes que foram validadas dentro da câmara de eco, a partir do viés de confirmação (Filho, s.d., pp. 4-5).

A segunda etapa é a criação da câmara em si, ou seja, enquanto sala fechada, onde apenas usuários que convergem das mesmas ideias têm acesso e que

¹¹ Apesar de parte da literatura acerca do tema compreender os fenômenos aqui descritos de forma individual, na perspectiva desse trabalho, para que se perceba o ciclo da desinformação, tais fenômenos estão diretamente interligados.

requer, no mínimo, três participantes (Ferreira & Rios, 2017). Na formação da câmara, destaca-se a atuação dos líderes de opinião¹² que, diante da visibilidade que têm na esfera digital – em função do número de seguidores – produzem conteúdos que reforçam “o posicionamento da câmara de eco da qual fazem parte, fortalecendo a posição única dentro do grupo” (Soares, 2019, pp. 4-5).

Ademais, assim como nos filtros-bolha, o efeito mais notável das câmaras de eco é a polarização das ideias, uma vez que as/os usuárias/os que fazem parte da constituição de uma câmara de eco tendem a radicalizar os seus posicionamentos e mostram-se pouco receptíveis a pontos de vista diferentes (Soares, 2019). Na opinião de Soares (2019), quando se trata da polarização, um dos riscos é a chamada polarização assimétrica, principalmente no contexto do debate político. A polarização assimétrica ocorre quando há um consumo “midiático enviesado, especialmente baseado em mídias partidárias” (Soares, 2019, p. 5) por parte de um grupo que se isola do restante da rede, construindo a câmara de eco. E, assim, enquanto o restante da rede tem diversidade de opiniões, o grupo isolado “possui uma narrativa própria e é hostil a posições adversas” (Soares, 2019, p. 5).

Os fenômenos dos filtros-bolha e das câmaras de eco são reforçados pelo ecossistema dos jardins murados. O efeito do “jardim murado” designa um “ecossistema fechado no qual todas as operações são controladas por seu operador” (Gorea & Gorea, 2019, p. 61), um exemplo desse efeito está na Apple, pois a empresa controla todo o seu sistema operacional, iOS, através de aplicações próprias. Outra maneira possível é por meio da utilização no marketing digital, onde uma empresa pode forçar seus clientes a usarem apenas a sua oferta. O efeito de “jardim murado” pode ser lucrativo para as empresas, uma vez que esse ecossistema organiza a vida do usuário/consumidor, aliviando esforços na tomada de decisões a serem feitas durante a aquisição de produtos, serviços e/ou conteúdos (Gorea & Gorea, 2019).

Marinoni e Galassi (2020) consideram que, no aspecto da disseminação de mensagens e desinformação *online*, as redes sociais agem desenvolvendo códigos que disponibilizam, dentro do ecossistema de um “jardim murado”, os conteúdos que são

¹² Teoria de Lazarsfeld et al (1984) citado no tópico “2.1 O sistema de recomendação” deste trabalho.

produzidos fora delas. Assim, dissuadem a/o usuária/o a procurar informações em outros lugares. Nesse sentido, práticas como o CPC, CPM e *zero rating* contribuem para o recrudescimento de um “jardim murado”. Ressalta-se, ainda, que a utilização de IA também contribui para a manutenção de um ecossistema assim. A exemplo, o botão “*estou com sorte*” do Google, que consiste na reorientação do buscador para a IA. Essa última, seleciona as informações disponíveis com suas próprias sugestões e com base em algoritmos computacionais complexos. Fazendo isso, de forma que, se os sites de informações fornecem dados ou notícias relativamente mais neutros, a IA fornece informações personalizadas e individualmente relevantes (Gorea & Gorea, 2019, p. 57).

Esses fenômenos foram analisados a partir *d'A Ordem do Discurso* (Foucault, 1997) e do relatório *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (Wardle & Derakhshan, 2017) – marcos teóricos deste trabalho. Desse modo, é possível perceber que quando as/os usuárias/os são isoladas/os, constituem os grupos doutrinários foucaultianos, ou seja, indivíduos ligados entre si por determinados discursos. Sejam essas/es usuárias/os isoladas/os em bolhas a partir dos processos de filtragem de informação, em câmaras de eco, ou, quando estão inseridas/os dentro do ecossistema do “jardim murado”. Isto é, acessando apenas às mensagens e publicações de outras/os usuárias/os que reiteram seus ideais.

Contudo, resta ainda analisar o público, que é alvo do agente quando da etapa da criação da desinformação. Afinal, a produção e disseminação da desinformação não são atravessadas apenas pelos fenômenos analisados acima. Essa fabricação, feita na esfera pública digital, também é constituída pelo responsável pelo re-compartilhamento da desinformação (o elemento intérprete), cujas ações e reações à recepção da mensagem desinformativa irá ditar se o ciclo se reinicia ou encerra-se.

2.3 O intérprete

A figura do intérprete representa o público que o agente intenta alcançar quando da criação da mensagem desinformativa. Quando a mensagem chega até o

intérprete, serão as suas ações que determinarão se o ciclo da desinformação continua ou não. Utilizando-se das pesquisas de Hall (1973) e Lakoff (1997; 2010), a pesquisa de Wardle e Derakhshan (2017) busca definir como os intérpretes dão sentido à mensagem. Desse modo, esta seção propõe um diálogo entre a pesquisa de Wardle e Derakhshan (2017), com os pensamentos de Castells (2009), Carvalho (2020) e Foucault (1997). Busco compreender como se dá o processo comunicacional de circulação da desinformação.

Assente no trabalho de Hall (1973) o relatório *Information Disorder: Toward and interdisciplinary framework for research and policy making* (2017) identifica que as mensagens “são codificadas pelo produtor, mas depois decodificadas por membros individuais da audiência” (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 41) e tal decodificação acontece de três maneiras diferentes: 1. Hegemônica: quando a mensagem é aceita tal como foi codificada; 2. Negociado: quando a mensagem não é aceita ao todo, apenas alguns aspectos; e 3. Opositivo: quando a mensagem tal como foi codificada é rejeitada (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 41).

Assim, é relevante compreender como funciona a nossa receptividade às mensagens em geral, e como os processos comunicacionais nos influenciam. Visto que os nossos cérebros possuem quadros receptores que se ligam a cada palavra que conhecemos (Wardle & Derakhshan, 2017). Esses quadros se ligam, então, a outros quadros em um sistema moral subconsciente automático, sendo esse adquirido através da repetição. Ora, Wardle e Derakhshan (2017) utilizam como exemplo a linguagem da moralidade conservadora, que ao ser repetida inúmeras vezes pela mídia, comumente conservadora, trabalha de maneira inconsciente ativando e reforçando um sistema moral conservador que dificulta o processo de checagem de fatos.

Esse sistema neural é reforçado pelo processo emocional dos filtros-bolha. Pois, há aprovação das nossas visões de mundo por aqueles que estão conectados às nossas bolhas e que, como afirmado na seção anterior e por Wardle e Derakhshan (2017), é bastante poderoso. De acordo com Lakoff (1997, cit. por Wardle &

Derakhshan, 2017), como seres humanos, não conseguimos pensar sem as emoções, que estão estruturadas em torno das metáforas, narrativas e quadros.

No que concerne aos processos comunicacionais, dialogo com o trabalho de Castells (2009, p. 88) para quem a comunicação pode ser disseminada “à conjunção da sociedade”, expressão que o autor atribui a comunicação de massa, podendo ser esta uma comunicação: interativa, quando a mensagem é enviada de um sujeito para o outro com *feedbacks*; ou unidirecional, onde os *feedbacks* não acontecem. Com a popularização da comunicação interativa, potencializada pela Internet, Castells (2009) identifica, então, o surgimento da autocomunicação. A autocomunicação se caracteriza por ser uma comunicação em massa que tem potencial de atingir uma audiência global. Ao mesmo tempo, o sujeito da autocomunicação é quem cria a mensagem e define os possíveis receptores, bem como “seleciona as mensagens ou conteúdos específicos do site e redes de comunicação eletrônica que deseja recuperar” (Castells, 2009, p. 88).

A essa perspectiva de Castells (2009), chamo a atenção para o fato dos receptores e a seleção de conteúdo não serem completamente definidos pelo agente criador da mensagem, mas, sim, pelos critérios algorítmicos gerenciados pela IA. Percebe-se que o mesmo controle do ato de ter acesso às mensagens – ou seja, a interdição foucaultiana (Foucault, 1997, p. 10) – está presente na seleção discursiva da IA, mesmo quando o controle da mensagem é apenas do agente criador. Assim, tal fato, coaduna com as discussões problematizadas nos tópicos anteriores, onde o processo de interdição também existe. Só que dessa vez, esse é expresso na relação autor-mensagem-intérprete, ainda que o sujeito da autocomunicação seja o mesmo que cria a informação (ou desinformação).

As mudanças que ocorreram no processo comunicacional com o advento da Internet, refletiram também na forma como nós nos comunicamos e reagimos às notícias. Assim, Wardle e Derakhshan (2017) analisam o tema a partir de dois tópicos: a comunicação como um ritual e a comunicação como transmissão. No que tange à comunicação como um ritual, os autores argumentam que o consumo de notícias passou de uma experiência coletiva, para um comportamento individual com

o surgimento do rádio, da televisão, e, posteriormente, dos *laptops*, *tablets* e *smartphones* (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 43).

No contexto atual, tudo aquilo que nós escolhemos consumir enquanto notícias é cada vez mais visível para a nossa rede através das mídias sociais, o que afeta a percepção, sobre nós, daqueles que fazem parte de tais redes (amigos, familiares, conhecidos). Com efeito, o comportamento das/os usuárias/os nas redes torna-se em uma performance para o círculo de amigos e seguidores (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 43). Dialogando com a obra *The Time of the Tribes*, de Maffesoli (1996), que argumenta que para entender o comportamento de alguém, deve-se levar em consideração as implicações sociológicas dos diferentes grupos dos quais o indivíduo faz parte. Além disso, Wardle e Derakhshan (2017, p. 43) postulam que no ambiente digital a/o usuária/o tem de navegar por diferentes grupos, decidindo quais informações compartilhar para as diferentes “tribos”.

Como consequência, muitas/os usuárias/os compartilham desinformação *online* – ainda que não confiem na veracidade daquilo que estão compartilhando – como forma de pertencer e condizer com um grupo. Acrescenta-se, ainda, o fato de que os algoritmos das plataformas isolam as/os usuárias/os em filtros-bolha e câmaras de eco, impedindo-as de ter acesso a opiniões opostas às suas, o que aumenta a pressão para que aquilo que se compartilha seja condizente com a opinião de sua rede (Wardle & Derakhshan, 2017). Para Wardle e Derakhshan (2017), esse comportamento está diretamente ligado à teoria da cognição motivada, que aduz que os indivíduos têm uma tendência inconsciente de processar as informações de maneira que estas se adequem a conclusões de algum objetivo próprio¹³.

No que diz respeito à comunicação enquanto transmissão, os autores supra, relembram que a memória humana é vulnerável a influências externas e internas (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 44). Portanto, o desafio para o cérebro humano atualmente é a forma como essas influências funcionam num contexto em que as redes sociais impingem diversas informações, repetidamente, aos usuários. O

¹³ Sugiro ver as pesquisas “*What is Motivated Reasoning and How Does It Work?*” (Kahan, 2011) e “*What is Motivated Reasoning and How Does It Work?*” (Kahan, 2011) ambas citadas por Wardle e Derakhshan (2017, p. 44).

relatório propõe, ainda, uma análise do comportamento nas redes a partir de um conjunto de métodos, são seis, ao todo. Eles foram identificados ainda antes do crescente uso das mídias sociais, que são utilizados pelos intérpretes quando da recepção da mensagem para avaliar a credibilidade desta e da fonte. Dito isso, os discuto a seguir.

O primeiro método é a avaliação da reputação, que toma como base o reconhecimento e familiaridade com a fonte. Wardle e Derakhshan (2017) analisam que a familiaridade atua como um poderoso fator persuasivo, no que condiz ao compartilhamento de informações. Principalmente, com o uso da técnica de repetição, ou seja, quando a/o usuária/o vê sempre a mesma mensagem compartilhada por diferentes fontes. A repetição torna-se bastante problemática nas mídias sociais com o uso de tecnologia automatizada. Cabe aqui, então, alguns parágrafos acerca do tema.

No primeiro capítulo deste trabalho, quando das perguntas a serem feitas acerca do autor/agente da desinformação, uma dessas era sobre a utilização de tecnologia automatizada pelo autor/agente. Entretanto, uma vez que as máquinas são consideradas por Wardle e Derakhshan (2017) ineficientes na criação de desinformação, mas eficientes na publicação e distribuição, vê-se mais sentido em discutir o problema a partir da atuação do intérprete.

Todavia, nem sempre é a/o usuária/o humana/o, motivada/o pelos aspectos psicológicos e comunicacionais, aqui tratados, que dissemina a desinformação. Mas, sim, contas automatizadas que manipulam os algoritmos de maneira a ganhar mais visibilidade e amplificar o alcance da desinformação (Wardle & Derakhshan, 2017), criando a ilusão de que muitas pessoas endossam determinadas crenças. Assim, os *bots*, como são conhecidos os robôs responsáveis pela disseminação automática de desinformação, agem através da repetição, interferindo diretamente nos processos comunicacionais.

A familiaridade com a fonte e com a mensagem e a técnica de repetição estão diretamente ligados ao segundo método de avaliação: a intenção persuasiva. Ou seja, a intenção da fonte quando da criação da mensagem (Wardle & Derakhshan,

2017, pp. 45-46). Já o terceiro método é o endosso, que se refere à percepção de se os outros acham a informação crível, que no contexto das redes sociais, se torna cada vez mais importantes (Wardle & Derakhshan, 2017). Nesse ponto, o que acontece é que ao estarmos diante de um conteúdo, nossa imediata reação é perceber se os “amigos e familiares gostaram, compartilharam, comentaram ou *retweetaram*” (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 46) determinado conteúdo. Tal atitude exerce uma influência poderosa sobre o julgamento da credibilidade acerca do conteúdo.

O quarto e quinto métodos são a violação de expectativa – perceber se o site se comporta como esperado – e a consistência – perceber se as informações são sustentadas por vários sites (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 46). Ressalta-se, ainda, que com a realidade das mídias sociais, formação dos filtros-bolha, câmaras de eco e jardins murados, a/o usuária/o não é incentivada/o a ver a informação em sua forma original. De maneira que tais métodos acabam por não serem utilizados, quando da avaliação da credibilidade da fonte ou do conteúdo (Wardle & Derakhshan, 2017). O sexto, e último, método de avaliação é o da autoconfirmação. Elemento que se tornou poderoso com as redes sociais, sendo essas últimas os meios dominantes de disseminação de informação (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 47). Com a filtragem de conteúdo pela IA, a exposição seletiva e o isolamento em bolhas, a/o usuária/o vê muito pouco conteúdo diferente do que ela/e pensa, e aquelas mensagens às quais têm acesso, ratificam as suas crenças.

Às análises dos parágrafos anteriores, acrescento dois aspectos abordados no trabalho de Carvalho (2020): o engajamento e a lógica de disseminação de desinformação. Compreendo que tais aspectos são fundamentais no estudo das ações do intérprete. Uma das maneiras de explicar como funciona o engajamento da desinformação parte do entendimento de que, estando ciente ou não da origem da informação, o intérprete, ao impulsionar a mensagem e colocá-la em circulação no seu circuito comunicacional o faz por encontrar nela “uma forma de expressão sobre algo que acredita, seja um elogio à sua perspectiva, seja uma ofensa a alguém de perspectiva diferente da sua” (Carvalho, 2020, l. 95). Com base no trabalho de Carvalho (2020), compreendo que ao colocar uma desinformação em circulação, o intérprete age através do engajamento de um discurso no qual acredita, enquanto uma

“ação política e social estimulada entre grupos de pontos de vista similares” (Carvalho, 2020, l. 95).

Já a lógica de circulação da desinformação se dá no papel do intérprete, enquanto sujeito ativo do processo comunicacional, produzindo novos significados das mensagens ao promoverem a circulação do conteúdo (Carvalho, 2020). Para Carvalho (2020), a comunicação acontece a partir do que chama de circuito comunicacional, onde a comunicação é disseminada pela mídia de massa, sendo atravessada por processos interacionais que são gerados em ambientes digitais. É essa circulação que irá alimentar o processo comunicacional. Ora, no que tange à desinformação, estamos diante do ciclo da desinformação proposto por este estudo, onde a interação do intérprete com a informação retroalimenta o ciclo. Carvalho (2020) aduz, ainda, que esses são circuitos de apropriação, uma vez que o público que interage com o conteúdo troca informação, se apropria dos discursos uns dos outros, “ressignificando, recontextualizando e, principalmente, alimentando o próprio fluxo de informação no circuito” (Carvalho, 2020, l. 96)

Desse modo, retomo ao pensamento de Foucault (1997) para compreender que nessa lógica de compartilhamento o intérprete torna-se autor/agente da criação de novos discursos. Por outro lado, o intérprete atua a partir dos procedimentos de exclusão externos foucaultianos, mais especificamente, no procedimento do comentário. O comentário, segundo anota Foucault (1997, p. 21), tem o papel de dizer o que estava articulado de maneira silenciosa no primeiro texto. Assim, o comentário consiste na repetição do que é ou foi dito e, também, daquilo que não estava visível no texto. Na perspectiva de Foucault (1997), o comentário atua reatualizando o discurso. Ao produzir novos significados e novos discursos no re-compartilhamento da desinformação, a mensagem do intérprete é aqui considerada, analogamente, ao comentário foucaultiano.

Em suma, as ações do intérprete são ditadas pelos processos comunicacionais aos quais está exposto e que contribuem para a maneira como a desinformação é compartilhada. Existem diversos fatores subjetivos e pessoais que contribuem para a decisão de compartilhar, ou não, a desinformação. O que se

intentou aqui, foi por luz sobre alguns dos fatores já identificados pela literatura e que servem como motivação para a continuidade do ciclo da desinformação.

Mediante o exposto, foi possível dialogar com os procedimentos de exclusão concebidos por Foucault (1997). Nesse sentido, os procedimentos de exclusão externos foram identificados como os interditos ao discurso e a vontade de verdade. Os interditos representados pela seleção do conteúdo pela IA; e a vontade de verdade, representada pelo comportamento da/o usuária/o. A forma de agir de quem usa as redes digitais, informa à IA quais são as suas crenças. Isso gera um isolamento em um ecossistema, onde se ecoam vozes que ratificam crenças pessoais.

Nesse ponto, o isolamento da/o usuária/o – em filtros-bolha, câmaras de eco e jardins murados – dentro de uma rede que valida seus pontos de vista, é analogamente comparado aos grupos doutrinários nos procedimentos de exclusão, a partir dos sujeitos que falam, de maneira que é o discurso que liga os indivíduos a certos tipos de enunciados, proibindo outros (Foucault, 1997, pp. 32-33). Já os procedimentos de exclusão externos, foram identificados pela dimensão do comentário, conforme detalhado nos parágrafos anteriores.

A partir daqui, passo então à analisar os possíveis prejuízos causados pelo ciclo da desinformação aos direitos fundamentais, nomeadamente ao direito à informação e ao direito à liberdade de expressão. Além disso, busco entender as ameaças aos direitos coletivos e ao exercício da cidadania como uma das consequências da criação, produção e disseminação de desinformação. E, da mesma forma, procuro compreender a estrutura que sustenta esses processos.

3. LIBERDADE DE INFORMAÇÃO E DEMOCRACIA *VERSUS* DESINFORMAÇÃO

“Toda informação deve ser livre”. Essa afirmação é considerada como o primeiro mandamento dos *netizens*, cidadãos da internet (Moore, 2019, p. 27). Em princípio, o mandamento referia-se à “informação” para tratar da codificação, e quando se referia a “livre”, dizia sobre o seu fluxo através do sistema, não propriamente aos custos da informação (Moore, 2019, p. 27).

Olhando para o sistema atual e para o percurso da (des)informação que foi analisado ao decorrer deste estudo, fica evidente que a informação, na internet atual, deixou de ser livre. Em termos de custos, ficou evidente que toda (des)informação tem um custo e gera um lucro. Em termos de circulação livre de códigos, a codificação complexa e sem transparência dos algoritmos – principalmente os algoritmos de recomendação – rompe com o primeiro mandamento dos *netizens*.

Para além de violar o primeiro mandamento dos cidadãos da Internet, surgido mesmo antes da *World Wide Web*, o modelo de negócio da (des)informação online repercute do lado de cá, no “mundo real”, violando liberdades e garantias fundamentais dos cidadãos. Nesse sentido, a liberdade de se expressar, de se informar e de ser informado, a liberdade de comunicação, a liberdade de opinião e a garantia ao regime democrático são direitos garantidos pela Constituição da República Federativa do Brasil (CRFB/1988), bem como, estão convencionados por pactos e declarações universais.

No Brasil, observou-se a tendência de garantir a ampla liberdade de informação no período de redemocratização (Silva & Marquez, 2020), após o país passar por um longo período autoritário que impôs severas restrições e censuras aos meios de comunicação. Silva e Marquez (2020) observam que até o ano de 2009, a imprensa brasileira foi regida pela Lei nº 5.250/1967, conhecida como Lei da Imprensa, e sancionada ainda na Ditadura Militar. Conforme explicam as autoras: “essa lei impunha uma série de regulamentações para a produção jornalística e previa

até mesmo sanções penais para casos específicos de abuso no exercício da liberdade de manifestação do pensamento” (Silva & Marquez, 2020, p. 178).

Em 2009, o Supremo Tribunal Federal (STF) revogou a Lei da Imprensa através da Ação de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) número 30 (Silva & Marquez, 2020), uma vez que a Corte Suprema compreendeu que as previsões de tal dispositivo legal não foram recepcionadas pela CRFB de 1988. Silva e Marquez (2020) assinalam que o STF reconheceu, por maioria de votos, o papel democrático da imprensa. Nesse sentido, “as mídias tradicionais, portanto, são protegidas constitucionalmente para produzirem seus conteúdos da maneira mais livre e sem interferência estatal possível” Silva e Marquez (2020, p. 171-172).

Como abordado neste trabalho, as novas dinâmicas comunicacionais e informacionais que emergiram com a ascensão das plataformas de mídias digitais, deram origem a um ambiente de divulgação e circulação de desinformação sem qualquer controle. Não é, entretanto, objetivo deste estudo propor soluções para o aparente conflito jurídico que se instalou. Mas, chamar a atenção para o modo como os processos de interdição discursiva abordados nos capítulos anteriores culminam em um atentado à liberdade de informação, o que tem gerado riscos para os processos democráticos. Contudo, busco propor possíveis caminhos para romper com o ciclo da desinformação.

3.1 O direito de se informar, o direito de ser informado e o direito de informar

A liberdade de expressão é um dos direitos essenciais ao ser humano, sendo vital para a ordem social e para o desenvolvimento de um ambiente plural. É garantida pela CRFB/88 e pelos Pactos e Convenções, dos quais o Brasil se tornou signatário. Nesse sentido, Marques e Costa (2020) destacam a Declaração Universal de Direitos Humanos de 1948, o Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos de 1966 e o Pacto de San José da Costa Rica de 1969.

O direito à liberdade de expressão subdivide-se em: liberdade de comunicação, liberdade de informação e opinião e a garantia ao regime democrático

(Marques & Costa, 2020, p. 185). No que tange à liberdade de informação, o Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos de 1996 reconhece tal garantia em seu artigo 19:

ARTIGO 19

- 1 - Ninguém pode ser inquietado pelas suas opiniões.
- 2 - Toda e qualquer pessoa tem direito à liberdade de expressão; este direito compreende a liberdade de procurar, receber e expandir informações e ideias de toda a espécie, sem consideração de fronteiras, sob forma oral ou escrita, impressa ou artística, ou por qualquer outro meio à sua escolha.

Já o Pacto de San José da Costa Rica, como ficou conhecido o documento resultado da Convenção Americana de Direitos Humanos (1969), tutela a liberdade de expressão e, como sua consequência direta, a liberdade de informação, em seu artigo 13, *in verbis*:

Artigo 13 - Liberdade de pensamento e de expressão

1. Toda pessoa tem o direito à liberdade de pensamento e de expressão. Esse direito inclui a liberdade de procurar, receber e difundir informações e idéias de qualquer natureza, sem considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, ou em forma impressa ou artística, ou por qualquer meio de sua escolha.
2. O exercício do direito previsto no inciso precedente não pode estar sujeito à censura prévia, mas a responsabilidades ulteriores, que devem ser expressamente previstas em lei (...)

Na legislação brasileira, a liberdade de informação encontra respaldo no artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil (CRFB/88) e no artigo 220 do mesmo dispositivo legal. Conforme análise de Martins Moutinho (2018), ao fazer uso dos direitos individuais e coletivos para proteger a vida, a liberdade, a segurança e a propriedade, a CRFB/88 regula o direito à informação nos incisos XIV e XXXIII do art. 5º, vejamos:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

(...)

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado; [\(Regulamento\)](#) [\(Vide Lei nº 12.527, de 2011\)](#)

O direito à informação permite que os cidadãos articulem fatos e informações de maneira livre e, conforme afirmação de Martins Moutinho (2018), é um meio potente para o desenvolvimento dos debates públicos, e da formação da opinião pública. Nesse sentido, o autor considera que os incisos XIV e XXXIII abordam a dimensão coletiva do direito à informação. O inciso XIV é compreendido como aspecto da liberdade de manifestação de pensamento e, por isso, sendo um direito individual, mas com sentido coletivo. Por outro lado, o inciso XXXIII dispõe de interesses particulares, coletivos e gerais (Martins Moutinho, 2018, p. 64).

Já o artigo 220 (CRFB/88) garante que haja condições necessárias para que o cidadão seja informado de maneira adequada, vedando “sob qualquer forma, processo ou veículo, a imposição de restrições às manifestações do pensamento, à criação, à expressão e à informação” (Sabino, 2013, p. 23). Discorre Pedro Sabino (2013), que o art. 220 da CRFB/88 garante o exercício pleno da liberdade de informação jornalística, não podendo ser dificultado, nem por força da lei. O mesmo autor aduz ainda que o artigo supra resguarda, também, o pluralismo de ideias.

Durante muito tempo, entretanto, o direito à informação foi interpretado apenas como o direito ao acesso à informação mantida pelos órgãos públicos, sendo assim uma medida de governança administrativa (Martins Moutinho, 2018, p. 64). Contudo, nos últimos anos, Martins Moutinho (2018) considera que houve uma revolução no que tange à interpretação do direito à informação, passando a ser considerado como um direito fundamental. Nesse sentido, a própria denominação muda, passando de direito à informação para liberdade de informação (Martins

Moutinho, 2018, p. 64). De acordo com Martins Moutinho (2018), a liberdade de informação pode ser dividida em: direito de ser informado e direito de informar¹⁴.

Ora, com a popularização da internet e das redes sociais, esperava-se que pudesse ser ofertado ao usuário/a um espaço de livre promoção e de livre troca de informações e opiniões, sendo um espaço importante para que o direito à informação se concretizasse (Martins Moutinho, 2018). Entretanto, como analisado exaustivamente nos capítulos anteriores, não é o que acontece.

Ademais, concomitantemente ao avanço do fenômeno da desinformação digital, vivenciamos a chamada “era da pós-verdade” que corrobora uma “maior importância a crenças e emoções em face de dados e objetivos que configuram a verdade real” (Marques & Costa, 2020, pp. 185-186). Nesse sentido, retomo, brevemente, a reflexão de como o discurso retrata interesses específicos e confere resposta a estratégias sociais e políticas (Marques & Costa, 2020). Afinal, o discurso, como analisou Foucault (1997), torna-se verdade a partir do contexto histórico-social em que está inserido.

Nesse sentido, a pós-verdade está, então, situada no contexto de “imediatismo da notícia, da volatilidade dos meios de comunicação, da fluidez na propagação do discurso midiático e do tamanho poder de influência que este carrega” (Marques & Costa, 2020, p. 187). Em vista desse cenário, importa então analisar como o direito de ser informado/direito de se informar e o direito de informar, enquanto garantias da liberdade de informação, estão sendo violados pelo advento do ciclo da desinformação, inserido nessa “era da pós-verdade”.

3.1.1 Direito de ser informado e direito de se informar

A opinião pública é formada, como expressa Martins Moutinho (2018), a partir do momento em que os cidadãos tomam conhecimento dos fatos e notícias que ocorrem na sociedade na qual estão inseridos. Nesse sentido, uma vez que a liberdade

¹⁴ Alguns autores como Pedro Sabino e Álvaro Rodrigues Júnior compreende que a liberdade de informação é subdividida em três direitos: direito de se informar, direito de ser informado e direito de informar. Contudo, nesse estudo, agrupo o direito de se informar com o direito de ser informado, seguindo a tese de Bruno Martins Moutinho (2018). Ver: citar obras.

de informação tem papel significativo na formação de uma opinião pública pluralista (Martins Moutinho, 2018, p. 70), é daí que advém a importância do direito de se informar, e do de direito a ser informado. Ora, na opinião de Martins Moutinho (2018, pp. 70-71), uma vez que o direito à informação está relacionado à dignidade da pessoa humana, “o acesso à informação de qualidade atua positivamente na proteção e no desenvolvimento de toda a coletividade”.

O direito de se informar/ser informado, conforme explica Sabino (2013), consiste na possibilidade de o cidadão buscar as informações que deseja, sem que haja impedimento ou obstrução, algo tutelado pelo artigo 5º, incisos XIV e LXXII da CRFB/88. Martins Moutinho (2018, p.71), explicita que, ainda que possua um sentido constitucional de liberdade, tal direito constitui um direito coletivo, mesmo que tenha sido concebido enquanto um direito individual, advindo da liberdade de manifestação e expressão do pensamento. Além disso, para ratificar o caráter coletivo do direito de se informar/ser informado, Martins Moutinho (2018) reforça a importância deste para a formação da opinião pública.

Ora, o ato de buscar informações é considerado um bem jurídico que é capaz de satisfazer a necessidade de saber e influenciar no uso deste, uma vez que o conhecimento do que está acontecendo na sociedade influencia na tomada de decisões do cidadão (Martins Moutinho, 2018). Nesse sentido, o direito de se informar/ser informado está dentro do campo das proteções materiais da CFRB/88, uma vez que o diploma: garante o acesso à informação e resguarda o sigilo da fonte (art. 5º, XIV); e impossibilita a censura da informação jornalística no artigo 220 (Martins Moutinho, 2018, p. 72).

No que tange ao ciclo da desinformação, o direito de se informar/ser informado sofre violações em todas as etapas do referido ciclo. Na etapa da criação, quando do ato do agente em criar uma mensagem/discurso intencionalmente falsa, cria-se, também, um interdito/obstrução na busca da informação verdadeira pelo cidadão. Já nas etapas da produção e disseminação (distribuição e reprodução), com o sistema de recomendação e de filtro de conteúdo, utilizados pelas plataformas, cria-se uma esfera pública que é manipulada para que o cidadão tenha acesso a apenas

algumas informações. Ao excluir do acesso da/o usuária/o outras informações, sem que esteja claro quais conteúdos não são vistos, fica evidente a interdição/obstrução que impede a busca plena de informações pelo cidadão.

Mediante o exposto, uma vez que o direito de se informar/ser informado constitui um direito fundamental e, diante da eficácia horizontal dos direitos fundamentais, não cabe ao Estado interferir em tal premissa constitucional, assim como, também não cabe aos agentes privados (Martins Moutinho, 2018). E como discutido, esses últimos, repetidamente, violam o direito de se informar/ser informado em todo o ciclo da desinformação.

3.1.2 Direito de informar

O direito de informar é caracterizado pelo “direito de difundir a informação através dos meios postos à disposição” (Martins Moutinho, 2018, p. 66). Aqui, também se considera que tal categoria do direito à informação age como garantidor do desenvolvimento do debate público. Assim, anota Martins Moutinho (2018, p. 66) que “o direito de informar versa sobre a possibilidade de expressar livremente ideias, pensamentos e opiniões, bem como o direito de comunicar e receber informações verdadeiras sobre fatos, sem impedimentos nem discriminações”.

Cabe nesse momento, seguindo o pensamento de Martins Moutinho (2018), fazer as devidas distinções entre o direito de informar e a liberdade de expressão. O primeiro, relaciona-se com a divulgação de fatos de qualidade devidamente apuradas, ou seja, de informações verdadeiras. O segundo, diz respeito à liberdade de qualquer manifestação de pensamento, exposição de ideias e opiniões sobre determinados assuntos. Para o autor, a diferença entre ambos reside, ainda, no fato de o direito de informar ser um direito coletivo pertencente ao rol dos direitos sociais, e a liberdade de informação ser um direito pessoal, pertencente ao rol dos direitos civis (Martins Moutinho, 2018, p. 67).

Ademais, e ainda inspirada no pensamento de Bruno Martins Moutinho (2018), não há que confundir o direito de informar com a liberdade de imprensa. A

liberdade de imprensa estabelece que haja um ambiente propício para a manifestação e contraposição de várias opiniões. Apesar de estar diretamente ligada ao direito de informar, a liberdade de imprensa implica responsabilização para que não haja distorções da verdade. Assim, no que condiz à liberdade de imprensa, não existe apenas um direito de informar, mas, também, um dever de informar (Martins Moutinho, 2018, pp. 68 - 69).

Na perspectiva do autor supracitado, a informação tem o poder de influenciar e mudar a sociedade, e por essa razão é que não deve ser considerada como uma liberdade individual. Os avanços tecnológicos, econômicos e sociais, evidenciam a existência do dever de informar, e enquanto um dever coletivo, uma vez que “toda sociedade requer o acesso à informação, base de um real Estado Democrático de Direito, compreendendo tanto a aquisição como a comunicação de conhecimento” (Martins Moutinho, 2018, p. 69). Assim, esse estudo segue a análise de Martins Moutinho (2018) compreendendo que a existência do direito de informar se dá em simultâneo com a existência do dever de informar, que objetiva o livre fluxo de informação possibilitando uma comunicação sem obstáculos, estabelecendo uma prática democrática mais justa (Martins Moutinho, 2018, p. 69).

Vez que a internet se tornou um dos principais meios de obtenção de informação por parte dos cidadãos, também a (des)informação se tornou mercadoria, em troca dos dados das/os usuárias/os revelando-se um negócio lucrativo para as empresas (Martins Moutinho, 2018). A personalização do conteúdo – através do sistema de recomendação – apenas aumenta essa lucratividade. É aqui que se encontra um ponto importante na discussão acerca da violação do direito de informar.

Para que o direito de informar possa ser, de fato, efetivado é necessário que seja possível o confronto com as diversas opiniões existentes, com a pluralidade de ideias (Martins Moutinho, 2018). Quando as plataformas tecnológicas agem filtrando o conteúdo que a/o usuária/o pode ver, praticando uma interdição discursiva e contribuindo para a polarização de ideias; quando o agente age criando um discurso intencionalmente falso; quando a mensagem/discurso passou por procedimentos de

separação daquilo que pode ou não ser dito; quando o intérprete re-compartilha a (des)informação, o direito de informar é infringido.

Ora, a mídia tem papel fundamental na construção da realidade e impõe a esta uma conotação valorativa, de maneira que toda informação carrega consigo um valor que influenciará o comportamento das pessoas. Além disso, o direito à informação – e aqui o direito de informar – exerce um papel de controle social, sendo através dele que o povo pode exercer controle sob os atos da administração pública, por exemplo (Martins Moutinho, 2018, p. 65).

Fica evidente, então, a importância da liberdade de informação para o exercício da cidadania, tanto na representação do direito de ser informado/se informar, quando no direito de informar. Nesse sentido, quando a imprensa publica uma única opinião, ou quando o algoritmo escolhe a informação que chegará ao cidadão, deixando que a opinião pública seja criada através do engajamento das notícias desinformativas a partir da ação dos *bots* e ciborgues, há um prejuízo para a liberdade de informação e as garantias que dela derivam.

Na opinião de Martins Moutinho (2018), as redes sociais têm deixado de lado a sua função básica de promover a comunicação e informação quando pauta a agenda do que o indivíduo pode ver, ouvir e falar. Para o autor, ao ocultar da população os fatos que essa não deseja que existam, as mídias digitais agem promovendo uma censura sutil. Ora, ninguém está proibido de ver conteúdos, mas a atenção da/o usuária/o é dirigida de modo que não se note outras informações existentes.

Retomando os procedimentos de exclusão foucaultianos – quando não se pode falar de tudo e em qualquer lugar (tabu do objeto e ritual da circunstância); quando o que não pode ser explicado é separado (separação razão/loucura), o direito de ser informado/se informar sofre um interdito – o cidadão não consegue buscar informações, sem um impedimento. Ressalta-se que esses elementos já foram apresentados durante a discussão sobre o ciclo da desinformação. Além disso, a apropriação social dos discursos (pelas instituições ou atores institucionais, por exemplo), a impossibilidade de que toda a gente tenha acesso ao discurso/informação,

ou mesmo a qualificação dos indivíduos através dos rituais da palavra, e os grupos doutrinários (representados nesse trabalho pelos filtros-bolha, câmaras de eco e jardins murados), acabam, conjuntamente, por obstruir e dificultar o amplo acesso à informação.

Igualmente, as sociedades do discurso e seu objetivo de conservar/produzir discursos com uma circulação restrita e distribuição pautada por regras, incidem diretamente no direito de informar. Seja pela vontade de verdade que dita as motivações do que será compartilhado e estabelece crenças absolutas, ou na imposição de regras e condições para o funcionamento dos discursos. Elementos que também foram analisados ao longo desta dissertação. A informação não é difundida de maneira plena nos meios de comunicação, pois está sujeita a regras e interdições.

Ora, todas essas restrições à liberdade de informação e às suas garantias, bem como a ação direta do ciclo da desinformação, levantam questionamentos quanto às consequências para o processo democrático. Como já foi dito, para que haja um processo democrático justo e que garanta a ampla participação cidadã, é preciso que o sujeito tenha acesso à informação e que possa difundir informação verdadeira. Questiono então, quais seriam os riscos da desinformação *online* para a democracia?

3.2 Desinformação online: risco para a democracia?

Afirmar que as redes sociais e a divulgação de desinformação determinam o rumo dos processos democráticos – como das eleições, por exemplo –, pode parecer um tanto ingênuo. Não foram as redes sociais ou as *fake news* que determinaram a vitória de Donald Trump e do grupo pró-Brexit em 2016. Tampouco, a vitória de Jair Bolsonaro (Sem Partido) nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. Mas, é indiscutível o papel que o ciclo da desinformação exerceu, e continua exercendo, nos processos democráticos. Bem como, o fato de políticos ao redor do mundo se favorecerem desse ciclo.

Assim, como parte final deste trabalho, proponho questionar quais os riscos do ciclo da desinformação e, como consequência deste, as violações à liberdade de informação para a democracia. A resposta não é única, tampouco é possível prever

todos os riscos de um processo que é completamente novo, e que avança à um ritmo que impõe dificuldades a estudiosas e estudiosos do tema.

Na perspectiva da participação democrática, o ciclo da desinformação e o interdito que impede o acesso pleno à informação verdadeira, tornou-se uma preocupação quando alcança os espaços de deliberação e os processos eleitorais. Ora, Marques e Costa (2020) chamam a atenção para o esvaziamento dos espaços de debates que deixam de proporcionar discussões plurais, baseadas em fatos e informações verídicas para dar lugar “a ideias vazias deliberadas a partir do aspecto emocional do público apaixonado por líderes que alavancam suas campanhas com discursos enganosos, estimulando o discurso de ódio ao lado contrário, como forma de garantir a ascensão política” (Marques & Costa, 2020, p. 197).

Avaliando as eleições presidenciais de 2018 no Brasil, por exemplo, nota-se uma preferência pelo uso do ciclo da desinformação como ferramenta de campanha, em detrimento da apresentação de planos de governo concretos e palpáveis. Insta salientar, como exemplo, a ausência do então candidato Jair Bolsonaro a todos os espaços de debates, que foram proporcionados pela mídia tradicional, durante o período de campanha.

Nesse caso em específico, a campanha de Bolsonaro deu preferência ao uso das redes sociais que, segundo o entendimento de Marques e Costa (2020, p. 192), agem como “grandes peças no jogo eleitoral” contribuindo para a construção de campanhas pautadas na utilização de algoritmos, *tweets*, *likes* e compartilhamentos em detrimento do próprio debate concreto de ideais”. Uma vez que não há que se falar em democracia sem liberdade de expressão, enquanto estrutura do regime democrático (Marques & Costa, 2020), é o debate público, e o livre acesso a informações verídicas e plurais que alicerçam os processos democráticos.

Quando a comunicação política é pautada pelo uso do ciclo da desinformação, e utilizada como ferramenta de campanha, compreendo que – e aqui inspirada no pensamento de Zambam e Baldissera (2019) – o debate é desvirtuado de maneira que o direito à liberdade de informação é obscurecido e os valores que sustentam a prática democrática acabam por ser prejudicados. Na perspectiva dos

autores anteriormente mencionados, a relação entre democracia e liberdade de expressão/ informação é intrínseca. Nesse sentido, quando se trata de desinformação os autores compreendem que é demandado um esclarecimento dos fatos tanto para os cidadãos, quanto para candidatos e instituições (Zambam & Baldissera, 2019).

Ainda que as disputas sejam inerentes à prática democrática, o ciclo da desinformação causa danos e danifica o sistema. A fim de exemplificar, cito Zambam e Baldissera (2019, p. 861), para quem o compartilhamento de desinformação pode acarretar a “possível destruição da imagem pessoal e uma vida pautada pela boa conduta de um cidadão candidato ou a aniquilação de uma instituição pela divulgação massiva de informações sem o cuidado com a verdade”.

Insta salientar, como relembra os autores supracitados, e como já mencionado neste trabalho, o dilema entre democracia e desinformação é um problema complexo. Ora, é necessário que os cidadãos tenham acesso pleno às informações disponíveis, sem os interditos ocasionados pelo ciclo da desinformação e pela estrutura da esfera pública digital, para que possa tomar decisões em sua vida civil e política. Como prejuízo a esse direito, e com o contínuo acesso a informações falsas, as escolhas cidadãos podem ser feitas com embasamento em mentiras (Zambam & Baldissera, 2019).

Por outro lado, a utilização de artifícios que interditam a liberdade de informação é uma estratégia comum a governos autoritários. Citando o trabalho de Amartya Sen (2011), Zambam e Baldissera (2019), elucidam que ditadores ao redor do mundo têm alcançado vitória nos processos eleitorais, sem que haja uma coerção evidente dos processos de votação, utilizando da supressão da discussão pública e da liberdade de informação como estratégias (Sen, 2011, p. 361, cit. por, Zambam & Baldissera, 2019).

Ora, o exercício da prática democrática necessita ser orientado por um agir responsável que, na perspectiva de Zambam e Baldissera (2019), tem como objetivo evitar que a dimensão da liberdade de expressão e informação fomenta formas de exclusão, fanatismo e (ou) polarização. É preciso que o valor moral da liberdade seja levado em consideração para que não haja o exercício de um direito com o intuito de

prejudicar e causar dano, pautado em liberdades e garantias fundamentais (Zambam & Baldissera, 2019). Em outras palavras, o direito à liberdade de expressão e as garantias que dele advém, não podem ser utilizados de maneira abusiva para prejudicar a realidade.

Negar a liberdade de expressão enquanto um valor moral, impede ao cidadão a “realização pessoal, a integração nas diferentes esferas da vida social, as condições de desenvolvimento social e as relações entre os povos” (Zambam & Baldissera, 2019, p. 858). Assim, uma visão ampla da liberdade de expressão proporciona as condições para que sejam construídas as esferas de participação e desenvolvimento social (Zambam & Baldissera, 2019).

A garantia da liberdade de informação acarreta a possibilidade de um cidadão expressar suas vontades e realizar escolhas de maneira autônoma, participando ativamente da sociedade em que está inserido. Enquanto seres que vivem em coletividade, é a liberdade de expressão e informação que nos permite compartilhar nossas visões de mundo (Zambam & Baldissera, 2019). Do ponto de vista de Zambam e Baldissera (2019, p. 859) “há uma relação de interdependência entre o valor da liberdade, as condições de justiça social e a liberdade de acesso à informação, comunicação e expressão da verdade”.

Portanto, é patente a relação entre democracia e liberdade de informação, bem como a importância do acesso à informação para os processos de participação, aqui exemplificados pela participação política. É notório, também, a complexidade do ciclo da desinformação e suas consequências. Nesse sentido, seria possível pensar soluções para lidar com o ciclo da desinformação, e mitigar os efeitos para a liberdade à informação?

3.3 Caminhos para a solução

Ainda que não haja uma solução concreta para impedir a criação, publicação e distribuição de desinformação, podemos refletir sobre alguns caminhos viáveis para interromper o ciclo. O relatório do Observatório da Comunicação

(OBERCOM, 2018) propõe três teses gerais para lidar com a desinformação: políticas legislativas; regulação privada; e, abordagem psicossocial.

A primeira tese, referente às políticas legislativas, propõe que seria o poder legislativo responsável por atuar e solucionar um problema que é considerado público e que, nesse sentido, deve ser enfrentado pelas instituições públicas. Entretanto, ao delegar unicamente para a legislação o papel de combater a desinformação, esbarra em alguns obstáculos. Conforme explica Marques e Costa (2020), o direito tem se dirigido às consequências da desinformação, ou seja, ao dano causado ou ao potencial dano bem como a vontade ou culpa do agente. Além disso, existe uma vasta discussão quanto ao conflito entre a liberdade de expressão e a dignidade da pessoa humana (Marques & Costa, 2020).

Ora, criar, produzir e distribuir desinformação sob o manto da liberdade de expressão acarreta a violação de outros direitos fundamentais. Nesse sentido, Marques e Costa (2020) compreendem que a dignidade da pessoa humana é um dos direitos violados, uma vez que a desinformação aprisiona e aliena os indivíduos bem como fere a essência democrática. Ademais, como já demonstrado nos tópicos anteriores, ainda que derivada da liberdade de expressão, a liberdade de informação também é violada com o ciclo da desinformação. O que as autoras Marques e Costa (2020) defendem é que em processos de participação democrática, como o processo eleitoral, é necessário que sejam adotadas medidas que resguardecam a dignidade humana e a veracidade das informações. Desse modo, sustento também que deve ser resguardada a liberdade de informação para uma ampla participação democrática.

A segunda tese proposta pela OBERCOM (2018) diz respeito à regulação privada do ciclo da desinformação, de maneira que seriam as instituições privadas, ou seja, as próprias plataformas, as responsáveis por resolver a desinformação nos seus espaços e a partir dos seus próprios processos institucionais. Na perspectiva do relatório, a opção, nesse sentido, seria que as plataformas tivessem liberdade para lidar com o problema e sugere que uma das soluções mais evidentes seria a criação de algoritmos que pudessem delimitar as informações que chegam até a/o usuário/a. Assim, as informações que chegam a/ao usuário/a seriam limitadas a partir de

recomendações de fontes consideradas o mais verídicas possíveis (OBERCOM, 2018, p. 23).

O principal problema da regulação privada, entretanto, situa-se, justamente, na criação de algoritmos para resolver a questão. O próprio relatório da OBERCOM (2018) chama a atenção para o fato de que a utilização de algoritmos, para recomendação de conteúdos verídicos, poderá levar ao afunilamento informativo, de igual prejuízo para os cidadãos. Ora, ressaltado, ainda, que atualmente muitos intérpretes dão continuidade ao ciclo da desinformação, justamente por acreditarem que as (des)informações que lhes são apresentadas em seus *feeds* de notícias têm veracidade, conforme já foi discorrido.

Nessa perspectiva, Ribeiro e Ortellado (2018) anotam que a criação de algoritmos para lidar com a desinformação é uma tarefa delicada, principalmente diante do contexto atual de polarização. Além disso, os autores sustentam que a questão da desinformação perpassa por uma relação entre linguagem e mundo, de maneira que, um *software* não seria capaz de avaliar a veracidade de um fato uma vez que não tem acesso ao mundo (Ribeiro & Ortellado, 2018, p. 79).

A terceira, e última, tese da OBERCOM (2018) propõe, então, uma abordagem psicossocial do problema, ancorada no que o relatório denomina de literacia cidadania. Tal tese é a que estimo como de melhor aplicabilidade para lidar com o ciclo da desinformação. A abordagem psicossocial, defendida pela OBERCOM (2018, p. 21), decorre da compreensão do problema da desinformação, enquanto reforço para atitudes e opiniões falaciosas que estão, na maioria das vezes, baseados em preconceitos pessoais e de grupo. Dessa forma, o relatório reconhece, assim como esse estudo, que uma parte minoritária dos intérpretes não são necessariamente enganados pelas notícias desinformativas, mas, sentem-se legitimados pelo seu conteúdo.

Como assinalam Borges e Oliveira (2011, p. 292), a educação digital vem sendo defendida como algo fundamental para o desenvolvimento democrático. Sendo o direito à informação e a liberdade de informação, considerados instrumentos para a construção e sustentação de uma sociedade democrática. Na perspectiva das autoras,

o desenvolvimento de competências digitais é parte do processo social da atualidade, uma vez que usuárias/os são confrontadas/os a fazer uso de um conjunto de habilidades e competências que são solicitadas para a utilização das diferentes informações, serviços e produtos disponíveis digitalmente.

A proposta da “literacia cidadania”, ou como denomino para os objetivos desta dissertação: literacia informativa, compreende uma literacia dos indivíduos tanto na área cultural quanto cívica (OBERCOM, 2018, p. 24), e se trata de uma medida a ser executada à longo prazo. Tal proposta liga-se com a possibilidade de que os cidadãos tenham condições educativas para que possam melhorar as suas experiências cognitivas e intelectuais (OBERCOM, 2018). Ora, vivemos um período em que a falta de literacia não está, necessariamente, ligada ao analfabetismo, mas, por outro lado, à falta de capacidade das/os usuárias/os de distinguir e avaliar as informações que chegam até si.

Como exemplo, o relatório da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), divulgado em conferência virtual em maio de 2021, intitulado “Leitores de Século 21 – Desenvolvendo Habilidades de Alfabetização em um Mundo Digital”, revela as habilidades de interpretação de textos de jovens de 15 anos, avaliados pelo Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (Pisa). Os dados apresentados, no relatório, demonstram que grande parte das/os estudantes são incapazes de avaliar a credibilidade das fontes e de distinguir fatos de opinião¹⁵¹⁶. Porquanto, políticas públicas e iniciativas que tenham como propósito ensinar e incentivar o ensino da população para a verificação de fatos, têm potencial para encerrar com o ciclo da desinformação.

Para Borges e Oliveira (2011), as tecnologias digitais têm exigido das/os usuárias/os uma variedade de habilidades técnicas, cognitivas e sociais. Assim, importa avançar para além da literacia técnica e, no que condiz ao ciclo da

¹⁵ OECD. 2018. Program for international student assessment (PISA). *Leitores do séc. XXI: desenvolver competências de leitura num mundo digital (2018)*. Acesso em Junho de 2021, disponível em https://www.oecd.org/pisa/PISA2018_Leitores_PORTUGAL.pdf

¹⁶ Sugiro leitura da reportagem “Nativos digitais não sabem buscar conhecimento na internet, diz OCDE”, disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-57286155>. Acesso em Jun/2021

desinformação, importa o argumento das autoras de que é preciso pensar competências que levem as/os usuárias/os à uma compreensão crítica das tecnologias e à habilidade de selecionar as informações às quais têm acesso.

Em igual sentido, Gomes (2019) também compreende a competência informacional como o conjunto de habilidades e competências que são necessárias para a/o usuária/o buscar e avaliar as informações de maneiras eficaz e eficiente. No ambiente da comunicação de massas, que é a esfera digital, onde a comunicação é descentralizada e a/o usuária/o é receptor e comunicador ao mesmo tempo, Gomes (2019) sugere que se deve sistematizar conjuntos de habilidades para lidar com as informações: competências de comunicação, competências de relacionamentos sociais e competências técnicas.

Nessa perspectiva, Borges e Oliveira (2011), caracterizam as competências infocomunicacionais dos ambientes digitais, pilares da literacia informacional, defendida neste trabalho, como “a convergência de conhecimentos, habilidades e atitudes que possibilitam agir adequadamente em ambientes digitais, mobilizar seus recursos e novos contactos, articulando-os para a produção de significado e conhecimento” (Borges e Oliveira, 2011, p. 321). Inspirado no trabalho dessas autoras, Gomes (2019) lista componentes dessas competências, quais sejam: compreender e interpretar as informações recuperadas; avaliar as informações quanto à aspectos como pertinência, confiabilidade, correção e veracidade; verificar as fontes quanto à fidedignidade; diferenciar informação factual de opinião; selecionar informação pertinente (Gomes, 2019, p. 28).

Ora, uma vez que a informação é considerada por Gomes (2019), como fruto do contexto e da perspectiva de quem a recebe, é mais importante reconhecer o seu significado e o interesse em cada circunstância, do que determinar a informação correta. Note-se, aqui, o pressuposto foucaultiano de que a preocupação não deve ser determinar se o discurso é verdadeiro, mas como se tornou verdadeiro.

Quer seja, a tese defendida por Gomes (2019), se coaduna com o que defendo nesta dissertação, de que embora a criação da desinformação se dê, de um lado, por agente conscientes dos seus atos e que a etapa do re-compartilhamento é

impulsionada por robôs e por agentes que se encontram engajados politicamente, por outro, a desinformação também é re-compartilhada por quem foi enganado pelos interditos discursivos do ciclo da desinformação. Assim é que a literacia informacional, ou o letramento infocomunicacional, como denomina Gomes (2019), é ratificada como a melhor estratégia para encerrar com o ciclo da desinformação.

Os espaços de *fact-checking* ou agências de checagem de fatos, por exemplo, são iniciativas importantes e que têm ganhado espaço nos últimos anos como ferramenta de combate ao ciclo da desinformação. Dessa maneira, no Brasil, são essas agências que estão cumprindo a função educativa, no que diz respeito à desinformação (Gomes, 2019, p. 30). Conforme explica o documento da OBERCOM (2018), os espaços de checagem de fatos são direcionados para que as/os usuárias/os obtenham suporte no momento de avaliar criticamente uma notícia, a partir da disponibilização de ferramentas, para que haja apreciação da veracidade e dos fatos relevantes da informação. A checagem de fatos foi utilizada, também, durante processos eleitorais, como nas eleições americanas de 2016, quando a candidata Hillary Clinton, durante os debates, apelou para que o eleitorado acessasse o site de checagem de fatos, criado por sua campanha para refutar os argumentos de Donald Trump (OBERCOM, 2018, p.29).

Em contrapartida, importa também que fiquemos cientes das dificuldades e limitações dos espaços de *fact-checking*. O documento da OBERCOM (2018) sinaliza para limitações desses espaços, como a não garantia da isenção das agências de checagem de fatos, de maneira que tais sítios podem se revelar como perigosos, e podem lhes ser impostas questões semelhantes às que são colocadas para as notícias comuns. A sugestão do relatório perpassa, então, pelo acompanhamento/monitorização dos espaços de checagem de fatos, ao redor do mundo, de maneira a compreender as vantagens e desvantagens desses ambientes.

Outrossim, as competências digitais e as ferramentas de literacia da/o usuária/o também são prejudicadas pelas interdições discursivas do ciclo da desinformação. Assim, o papel das agências de checagem de fatos tem importante relevância para a construção de uma literacia informacional no ambiente digital.

Nesse sentido, proponho uma quarta tese para a reflexão dos possíveis caminhos para lidar com o problema do ciclo da desinformação. Tal proposta tem como base as “respostas tradicionais da filosofia”, elaborada por Foucault, para *A Ordem do Discurso* (1997). Para o filósofo, três tarefas são necessárias para uma análise do discurso: questionar a nossa vontade de verdade; restituir ao discurso o seu caráter de acontecimento; e suspender a soberania do significante. Ora, diante das análises propostas ao longo deste estudo, bem como do cenário atual de polarização de ideias, que domina as discussões *online*, e tendo em vista as interdições que acontecem ao longo do ciclo da desinformação, defendo o questionamento da nossa vontade de verdade e dos nossos vieses como fundamentais para interromper o ciclo.

Por fim, coaduno com a perspectiva de Zambam e Baldissera (2019) para quem é fundamental que haja a garantia de uma mídia – e aqui englobo o conceito das mídias e plataformas digitais – sem censura, sem filtros e, ratificando os argumentos desta dissertação, sem interdições. Garantir a liberdade de informação é garantir a plena participação cidadã. O caminho para tal, perpassa pela educação, pela sociedade civil e em algum aspecto pelo próprio direito, uma vez que o poder judiciário deve zelar pelas normas constitucionais e pela salvaguarda dos direitos e garantias fundamentais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tracei neste estudo a estrutura cíclica da desinformação, propondo a interdição discursiva/informativa como o cerne das *fake news*. A hipótese defendida foi de que o problema da desinformação não é só a polarização dos cidadãos mas, mais profundamente, as interdições discursivas as quais a informação é submetida ao longo do ciclo da desinformação e que violam a liberdade de informação, repercutindo na participação democrática.

No primeiro capítulo, delimitei o conceito de desinformação e justifiquei a escolha do termo, em detrimento do termo *fake news*, amplamente utilizado pela mídia tradicional e por políticos ao redor do mundo. A desinformação, conforme analisado, se trata de um novo ator comunicacional nas sociedades democráticas e, ainda que a prática de disseminação de desinformação não seja uma novidade, o fenômeno atual das *fake news* se diferencia devido à ascensão da rede mundial de computadores e da *World Wide Web*.

Na primeira parte do capítulo um, expliquei que o termo *fake news* ganhou destaque em 2016 na cobertura das eleições americanas e do plebiscito para determinar a saída do Reino Unido da União Europeia. Naquele mesmo ano, veio à tona o escândalo envolvendo a empresa *Cambridge Analytica*, acusada de utilizar dados de milhares de utilizadores para a disseminação de desinformação. Em 2018, o termo ganhou protagonismo também nas eleições presidenciais brasileiras, se transformando em ferramenta de campanha do então candidato Jair Bolsonaro, à época, membro do Partido Social Liberal (PSL).

Os estudos atuais sobre a desinformação buscam compreender como o fenômeno tem operado nas redes sociais, como se difere da mídia tradicional como e influencia a polarização de ideias entre os cidadãos. Esta dissertação, por outro lado, objetivou traçar as características do processo de desinformação e seus impactos e ameaças à liberdade de informação bem como a repercussão na participação cidadã.

Ora, a opção do presente estudo pela utilização do termo desinformação, e detrimento do termo *fake news*, se deu pela compreensão desta autora de que *fake*

news se tornou um termo insuficiente para descrever a complexidade do problema, bem como foi cooptado para uso político-eleitoral. O conceito base para o modelo de análise que propus teve como inspiração o conceito do relatório “*Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*”, elaborado pelos autores Claire Wardle e Hossein Derakhshan para o Conselho da Europa, em 2017.

O relatório apresenta três tipos do que denomina “desordem da informação”: a) *dis-information* ou desinformação: “a informação que é falsa e deliberadamente criada para causar danos em uma pessoa, grupo social, organização ou país”; b) *mis-information* ou informação enganosa: “informação que é falsa, mas que não foi criada com a intenção de causar dano”; e c) *mal-information* ou má-informação: “informação que é baseada na realidade, utilizada para infligir dano em pessoa, organização ou país” (Wardle e Derakhshan, 2017, p. 20). Além disso, tendo em consideração a realidade brasileira, o Conselho Nacional de Direitos Humanos (CNDH), o Comitê Gestor de Internet do Brasil (CGI) e o Intervenientes – Coletivo Brasil de Comunicação Social definiram a desinformação como uma forma intencional e organizada que busca gerar lucro com a disseminação de notícias falsas.

O relatório de Wardle e Derakhshan (2017) identificou uma estrutura conceitual linear da desinformação, dividida em três tipos, três fases e três elementos. Os três tipos de desinformação, definidos pelos autores, foram abordados de maneira global nos parágrafos anteriores e consistem na *dis-information* ou desinformação; *mis-information* ou informação enganosa; e *mal-information* ou má-informação. As três fases consistem na criação, produção e disseminação de desinformação, e os três elementos são os agentes, as mensagens e os intérpretes.

Levando em consideração a obra *A ordem do discurso* (1997), de Michel Foucault, (re)ordenei as fases e elementos da estrutura linear da desinformação, em uma estrutura cíclica, observada a partir da metodologia da análise do discurso proposta pelo filósofo, em 1970. Por outro lado, integrei à análise foucaultiana elementos que ajudaram a abranger as características de um fenômeno que tem sua gênese no século XXI. Nesse sentido, ordenar a estrutura linear proposta por Wardle

e Derakhshan (2017) em estrutura cíclica, também teve inspiração no trabalho de Michel Foucault, uma vez que para o autor os discursos permitem indefinidamente a criação de novos discursos.

O ciclo da desinformação é, então, composto: pela criação da notícia/fato; pela produção que concerne na publicação da notícia nos meios de comunicação; pela distribuição que consiste no compartilhamento da (des)informação nas redes sociais; e pela reprodução que corresponde ao re-compartilhamento da (des)informação por várias pessoas. Assim, diferentemente do proposto por Wardle e Derakhshan (2017), a estrutura não acaba na reprodução, mas essa última fase possibilita a criação de novos discursos, reiniciando a estrutura. Cada uma dessas etapas consta com a participação dos elementos agente, mensagem e intérprete, simultaneamente. Para cumprir os objetivos desta dissertação, entretanto, determinei para cada etapa um elemento.

Da mesma forma que Wardle e Derakhshan (2017) identifiquei a primeira etapa do ciclo da desinformação como a criação da mensagem, concebida por uma pessoa indeterminada. Essa mensagem pode ser apresentada em forma de texto, material audiovisual etc. Defendi que o elemento mensagem é, em todas as formas que se apresenta, a materialização de um discurso. O conceito de discurso foi abordado, a partir da perspectiva foucaultiana, para quem os discursos são uma reverberação da verdade, permeado por questões ideológicas, com capacidade para construir e destruir, constituindo a realidade na qual nos inserimos.

Utilizei então, das cinco questões aventadas pelos autores, para dar continuidade à análise proposta no capítulo: quão duradoura é a mensagem?; quão precisa é a mensagem?; a mensagem é legal?; a mensagem é “conteúdo impostor”, ou seja, postada como uma fonte original?; e, qual o alvo pretendido da mensagem?. No que diz respeito à quão durável é a mensagem, defendi a durabilidade dessa sob duas perspectivas: reconheci o discurso enquanto mutável de acordo com as mudanças da sociedade mas, ao mesmo tempo, durável, visto a continuidade de determinados discursos (e.g. discursos de ódio contra grupos étnicos). Nesse sentido, expliquei a mensagem como a materialização do discurso, e justifiquei que o que

perdura ao longo do tempo não é a mensagem (materializada enquanto linguagem), mas, sim, o discurso sob a qual está construída.

A segunda questão que respondi, acerca do elemento mensagem, foi referente à precisão dessa. Para responder tal questionamento, utilizei da perspectiva foucaultiana acerca do discurso verdadeiro. Assim, sob a ótica foucaultiana, ao invés de nos perguntarmos se um discurso é verdadeiro, cabe perguntar como esse discurso se tornou verdadeiro. De maneira que a minha proposta neste estudo não foi fazer juízo de valor quanto à veracidade ou não das mensagens, mas, avaliar como mensagens comprovadamente imprecisas têm lugar na sociedade, enquanto verdades, e quais são as suas consequências. Para tal, analisei o conceito de vontade de verdade de Foucault (1997). A vontade de verdade é, então, a vontade de dizer o discurso verdadeiro, o desejo de que algo seja verdadeiro, que culmina na crença da existência de uma verdade absoluta.

No que se refere à legalidade – referente ao questionamento “a mensagem é legal?” –, terceira pergunta que respondi, trata-se de uma perspectiva jurídica do conteúdo da mensagem, podendo ser ilegal ao conter, por exemplo, discurso de ódio. As terceira e quarta questões, respondidas acerca da mensagem, foram quanto à fonte desta – se partia de conteúdo impostor se passando por fonte original – e qual o alvo pretendido da mensagem. Para a primeira analisei que, sendo o conteúdo impostor a utilização de imagens ou marcas oficiais e reconhecidas, fazendo uso, aqui, do direito privilegiado de falar, descrito por Foucault em *A Ordem do Discurso* (1997). Para a última pergunta, identifiquei o alvo da mensagem, analogamente às vítimas da desinformação.

Portanto, o que concluí na primeira parte do capítulo um foi que a etapa da criação é a concepção da figura do discurso, que apesar de não ser inédito, constitui-se único e objeto de desejo. Esse discurso/mensagem, especificamente na desinformação, é concebido por um sujeito (agente) que detém características específicas, analisado na segunda parte do capítulo um. Ao optar por analisar o elemento agente na etapa da criação da desinformação, ainda que o elemento tenha participação em outras fases da cadeia da desinformação, justifiquei a escolha com a

analogia entre o agente e o autor foucaultiano, sendo o autor foucaultiano a representação da unidade de origem das significações do discurso. Nesse sentido, sete questões foram respondidas quanto ao elemento agente. Elas são: identificar que tipo de atores são os agentes; quão organizados estão; quais as suas motivações; qual público pretendem alcançar; se o agente usa tecnologia automatizada; se pretendem enganar; e se pretendem causar dano.

Os tipos de atores foram identificados como oficiais e não oficiais. Comparei os atores oficiais ao papel institucional sobre o qual está ancorado a nossa vontade de verdade, e ao direito privilegiado/exclusivo do sujeito que fala. A organização dos agentes foi comparada às sociedades dos discursos foucaultiana. As sociedades do discurso têm a função de conservar ou produzir discursos com espaço de circulação restrito, distribuindo-os segundo regras restritas. Ao responder sobre as motivações do agente, segui inspirada no pensamento de Wardle e Derakhshan (2017), avaliando que independente das motivações serem políticas, financeiras, social ou psicológica, elas são importantes para explicar o funcionamento do ciclo da desinformação e ajudam a idealizar formas de resistir.

O questionamento acerca do público-alvo, ou audiência, foi respondido a partir da comparação entre o público-alvo/audiência, com os procedimentos de exclusão a partir dos sujeitos que falam, elaborados por Foucault (1997). Tais procedimentos impõem regras aos indivíduos que pronunciam o discurso e assim não permitem que toda a gente tenha acesso a ele. Quando a desinformação é criada visando atingir um público específico, há aqui um procedimento de exclusão que define quem deve ter acesso ou quem é o destinatário do discurso, excluindo outros sujeitos. Dentro desse grupo aponto, também, para os conceitos de sociedade do discurso e dos grupos doutrinários.

O último questionamento do capítulo um, refere-se quanto ao agente/autor e sua intencionalidade, ou seja, a pretensão ou não de causar dano/enganar. Tal questionamento foi importante para analisar se a informação está enquadrada como desinformação, má informação ou informação enganosa. Diante das análises

do capítulo um, prossegui, então, com as análises no capítulo dois, onde expliquei as etapas da produção e disseminação da desinformação.

Para avaliar a produção e disseminação da desinformação, primeiro analisei o funcionamento do sistema de recomendação. Ora, a diversidade de serviços, produtos e informações que são encontrados *online* levaram as plataformas tecnológicas a criarem o famigerado algoritmo de recomendação. A função de tal algoritmo é otimizar o tempo da/o usuária/o, analisando aquilo que estas/es desejam a partir de um banco de dados que leva em consideração a análise de perfil, através dos padrões comportamentais das/os usuárias/os *online*.

Contudo, expliquei que as razões que levam um algoritmo a recomendar um anúncio, serviço, produto ou informação a alguém, são inacessíveis e pouco claras. Ora, para entender como funcionam os algoritmos é necessário que haja conhecimento técnico especializado que nem todas/os possuem. Além disso, não há transparência por parte dos desenvolvedores e, soma-se, ainda, a incapacidade humana de interpretar o volume de dados existentes *online*. Salientei ainda que os algoritmos incorporam concepções, ideologias e preconceitos da sociedade em que estão inseridos. Para ilustrar o funcionamento dos algoritmos utilizei como exemplo a atuação do *Google ad tech* e a atuação do *Facebook* na política.

Ao vender termos de busca o *Google ad tech* fez com que anunciantes e criadores de conteúdo pensassem sempre no que fariam as pessoas acessarem um anúncio, o *Google* procurava/procura saber o total de cliques, em quê e quando a/o usuária/o clica e o que acontecia em resultado dos cliques. Como resultado, o *Google* segue a/o usuária/o para fora do ecossistema digital, numa tentativa de saber não só se a pessoa comprou um produto/serviço *online*, como se foi à uma loja para comprar o item pesquisado/sugerido. No contexto da desinformação, o sistema do *Google* permitiu o alcance do mesmo número de pessoas com menos custos, fazendo com que os anunciantes, utilizando o *Google ad tech*, começassem a veicular em sites de conteúdos baratos, sítios esses, que, frequentemente, funcionavam como disseminadores de desinformação.

Já a atuação do *Facebook*, foi utilizada para exemplificar como, o sistema criado pelo *Google*, foi aperfeiçoado pelo *Facebook*, teve atuação na esfera política. Uma vez que os anunciantes puderam, através do *Facebook*, contactar as/os usuárias/os, em um contexto confortável e familiar, fazendo os anúncios exibidos serem tidos como confiáveis. Ora, a/o usuária/o via o anúncio em seu *feed* de notícias, recomendado por alguém de sua rede de contatos que já havia interagido positivamente com aquela publicação. Assim, as campanhas eleitorais encontraram no *Facebook* uma maneira de chegar diretamente aos eleitores, facilitando assim a propagação de desinformação e a polarização de ideias.

Desse modo, na primeira parte do capítulo, o que defendi foi que o algoritmo de recomendação, guiado pela inteligência artificial, ao ser analisado a partir da teoria foucaultiana de *A Ordem do Discurso* (1997), evidencia que os discursos/mensagens ao/as quais temos acesso *online* passam, de algum modo, pelos processos de controle, seleção e restrição que Michel Foucault (1997) descreve em sua obra. Ora, uma vez que existe um sistema guiado por IA que seleciona o que o usuário deve ver *online*, pressupõe-se que deixa de exibir outros conteúdos, ocorrendo então, uma interdição.

Na segunda parte do capítulo dois, avalio a formação dos nichos digitais onde os discursos circulam. O primeiro nicho analisado foi o efeito dos filtros-bolha. Os filtros-bolha são nichos onde as/os usuárias/os têm acesso à informação, de acordo com os dados colhidos e analisados pela inteligência artificial/sistema de recomendação. A filtragem do sistema de recomendação isola a/o usuária/o em “bolhas” permitindo contato apenas com as informações que coadunam com suas opiniões e ideologias. Dessa maneira, as plataformas reforçam as visões de mundo das/os usuárias/os, mantendo-as/os em câmaras de eco.

As câmaras de eco, por sua vez, são grupos formados de maneira artificial, que têm como consequência a desinformação. As câmaras de eco são divididas na formação do eco e na formação do espaço onde o eco se constrói. A formação do eco diz respeito à repetição dos pontos de vista da/o usuária/o. A formação do espaço onde o eco se constrói se dá com a criação de uma sala fechada, onde apenas

utilizadoras/es com ideias convergentes têm acesso. Assim como nos filtros-bolha, o efeito mais notável das câmaras de eco é a polarização de ideias.

Os fenômenos dos filtros-bolha e das câmaras de eco são reforçados pelos jardins murados. Os jardins murados são ecossistemas fechados, onde as operações são controladas pelo operador. Assim, quando o operador organiza a vida da/o utilizador/a, alivia os esforços feitos na hora de tomar decisões referentes à aquisição de produtos/serviços. O mesmo se dá com a informação, uma vez que a/o usuário/o tem acesso às informações pré-selecionadas pelo operador para aquele ecossistema, dissuadindo que uma pessoa busque conteúdo fora do ecossistema.

Os três fenômenos foram analisados a partir *d'A Ordem do Discurso* (Foucault, 1997) e do relatório *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (Wardle & Derakhshan, 2017) – marcos teóricos desse trabalho. Desse modo, defendi que quando as/os usuárias/os são isoladas/os, constituem os grupos doutrinários foucaultianos, ou seja, indivíduos ligados entre si por determinados discursos. Já na última parte do capítulo dois, analisei o público, alvo do agente criador da desinformação, avaliando as ações do intérprete, responsável por encerrar ou dar continuidade ao ciclo da desinformação.

A figura do intérprete representa o público que o agente intenta alcançar quando da criação da mensagem desinformativa. Quando a mensagem chega até o intérprete, serão as suas ações que determinarão se o ciclo da desinformação continua ou não. Justifiquei que determinados processos comunicacionais aos quais o intérprete está exposto, ditam as suas ações, contribuindo para a forma como a desinformação é compartilhada. Selecionei, então, alguns dos fatores e processos já identificados pela literatura, e que podem servir de motivação para a continuidade do ciclo da desinformação.

Dialoguei com os procedimentos de exclusão concebidos por Foucault (1997): os interditos ao discurso e a vontade de verdade. Comparei os interditos à seleção de conteúdo pela inteligência artificial, e a vontade de verdade foi comparada ao comportamento da usuária/o. Também identifiquei os grupos doutrinários como o

isolamento da usuária/o em filtros-bolha, câmaras de eco e jardins murados, representando os procedimentos de exclusão a partir dos sujeitos que falam.

No terceiro e último capítulo, avaliei a relação entre a liberdade de informação, a democracia e a desinformação. Defendi que o modelo de negócio da desinformação e a estrutura do ciclo da desinformação repercutem no “mundo real” como violação às liberdades e às garantias fundamentais. Nesse sentido, avaliei os efeitos da desinformação para a liberdade de informação. É o direito à informação que permite às/aos cidadãs/os articularem opiniões, formando a opinião pública.

Justifiquei, então, que a liberdade de informação é violada em todas as etapas do ciclo da desinformação. Na etapa da criação a violação se dá quando da ação do agente em criar uma mensagem/ discurso que tem o intuito de ser falsa, cria, também, um interdito/obstrução na busca da informação verdadeira pela/o cidadã/o. Já nas etapas da produção e disseminação (distribuição e reprodução), com o sistema de recomendação e de filtro de conteúdo, utilizados pelas plataformas, cria-se uma esfera pública que é manipulada para que a/o cidadã/o tenha acesso a apenas algumas informações.

Em suma, quando não se pode falar de tudo e em qualquer lugar (tabu do objeto e ritual da circunstância); quando o que não pode ser explicado é separado (separação razão/loucura), a liberdade de informação sofre um interdito. Ademais, defendi que a apropriação social dos discursos (pelas instituições ou atores institucionais, por exemplo); a impossibilidade de que toda a gente tenha acesso ao discurso/informação; ou mesmo a qualificação dos indivíduos através dos rituais da palavra; e os grupos doutrinários (que foram representados pelos filtros-bolha, câmaras de eco e jardins murados), obstruem e dificultam o amplo acesso à informação.

Igualmente, sustentei a hipótese de que as sociedades do discurso e seu objetivo de conservar/produzir discursos com uma circulação restrita e distribuição pautada por regras; a vontade de verdade que dita as motivações do que será compartilhado e estabelece crenças em verdades absolutas; a imposição de regras e condições para o funcionamento dos discursos violam a liberdade de informação. A

informação não é difundida de maneira plena nos meios de comunicação, pois está sujeita a regras e interdições.

Na segunda parte do capítulo três, analisei os riscos da desinformação para a democracia. Defendi que não foram as redes sociais ou a disseminação de desinformação que determinaram a vitória de políticos como Donald Trump (em 2016) e Jair Bolsonaro (em 2018), tampouco determinaram o futuro do Reino Unido na União Europeia, também em 2016. Mas, ainda assim, o papel do ciclo da desinformação nos processos democráticos tem favorecido políticos ao redor do mundo e causando prejuízos para a participação cidadã. Dessa maneira, questionei os riscos do ciclo da desinformação e das violações à liberdade de informação para a democracia. Defendi que quando a comunicação política tem como ferramenta o ciclo da desinformação, o debate é desvirtuado de maneira que o direito à liberdade de informação é obscurecido e os valores que sustentam a prática democrática acabam por ser prejudicados. Sem acesso a informações sem interditos, as/os cidadãs/os pautam suas escolhas em mentiras e informações falsas.

Por fim, sustentei a ideia de que, ainda que não haja uma solução concreta para impedir a criação, publicação e distribuição de desinformação, alguns caminhos são possíveis. Avaliei que o direito não é, e não deve ser, a única via de solução para o ciclo da desinformação. A tese que estimei como de melhor aplicabilidade para lidar com o problema, foi a adoção de medidas psicossociais, ancorada no relatório da OBERCOM de 2018. Em suma, defendi que há que se pensar numa educação digital/literacia informacional e investimento e acompanhamento dos espaços de checagem de fatos. Ademais, inspirada em Foucault (1997), sustento que é importante questionarmos a nossa vontade de verdade e os nossos vieses ideológicos na avaliação das informações que nos chegam. Ao direito, defendi que cabe o papel da salvaguarda dos direitos e garantias fundamentais, imprescindíveis para o funcionamento do Estado Democrático de Direito.

Vivemos tempos sombrios de interdições, polarizações e desinformação, que motivam violência, ceifam vidas e colaboram para a eleição e legitimação de governos omissos para com o povo. Em virtude de tudo que foi analisado é urgente

lutar pela sobrevivência da democracia e pela salvaguarda das garantias e liberdades fundamentais. Por essas razões sigo motivada na busca por soluções para lidar com as *fake news*.

BIBLIOGRAFIAS

Afonso, L. F. (2020). Fake News E Direito Do Consumidor: Uma Violação Ao Direito Fundamental À Informação. Em D. Rais, *Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito*. Revista dos Tribunais. Versão Kindle.

Amaral, I., & Santos, S. J. (2019). Algoritmos e redes sociais: a propagação de fake news na era da pós-verdade. Em J. F. ORG., *As Fake News e nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade: manipulação, polarização, filter bubbles* (pp. 63 - 85). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Andrade, E. R., & Coriolano, J. F. (2018). A vontade de verdade no discurso de candidatura do (não) político Trump. *Iniciação Científica CESUMAR*, 221 - 234.

Batista, S. M. (2020). Onde os fatos não têm vez: uma análise foucaultiana das Fake News relativas à cultura. *Dissertação de Mestrado*. Recife, PE, Brasil: Universidade Federal de Pernambuco.

Borges, J., & Oliveira, L. (2011). Competências infocomunicacionais em ambientes digitais. *Observatório (OBS)*.

Candiotto, C. (2010). *Foucault e crítica da verdade*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

Carvalho, E. d. (2020). O processo de circulação das Fake News. Em D. Rais, *Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito*. Thomson Reuters Brasil Contéudo e Tecnologia Ltda.

Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Cerioni, F. (02 de 07 de 2020). *A evolução dos ecossistema digitais*. Acesso em 02 de 05 de 2021, disponível em Techedge: <https://www.techedgegroup.com/pt/blog/a-evolu%C3%A7%C3%A3o-dos-ecossistemas-digitais>

Costa, I. M. (Julho de 2016). Efeito Filtro-Bolha: uma análise do discurso de ódio nos comentários das charges da Tribuna de Minas no processo de impeachment da Dilma Rousseff. *Monografia*. Juiz de Fora, MG, Brasil: Universidade Federal de Juiz de Fora.

Ferreira, A. V., & Rios, J. R. (04-09 de 09 de 2017). Filtro bolha, câmara de eco e a formação de opiniões. *Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos da Comunicação*, (pp. 1-12).

Filho, J. B. (s.d.). A verdade sob suspeita: fake news e a conduta epistêmica na política da desinformação. Acesso em 10 de 05 de 2021, disponível em https://www.academia.edu/38074713/A_verdade_sob_suspeita_fake_news_e_conduta_epist%C3%AAmica_na_pol%C3%ADtica_da_desinforma%C3%A7%C3%A3o

FOGG, B.J.; ECKLES, Dean (eds). (2007) *Mobile Persuasion: 20 Perspectives on the Future of Behavior Change*. Stanford: Stanford Captology Media.

Foucault, M. (1997). *A ordem do discurso*. Lisboa: Relógio D'água.

Gomes, T. F. (2019). Agências de checagem e o trabalho e combate à desinformação: um estudo de caso dos projetos comprova e fato ou fake. *TCC*. Salvador - BA: Universidade Federal da Bahia.

Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies

Insaurreaga, E. (Abril de 2012). O futuro da persuasão móvel: um estudo sobre aplicativos de condicionamento físico. *Dissertação de Mestrado*. Rio de Janeiro, Brasil: PUC-Rio.

JASYN, Lorien; WAGGLE, Joseph; FISHER, Dana R. (2015) An empirical examination of echo chambers in US climate policy networks. *Nature Climate Change* – Advance Online Publication, EUA. Disponível em: www.nature.com/natureclimatechange Acesso em jun. 2021.

Kahan, D. (2011) What is Motivated Reasoning and How Does It Work? *Science and Religion Today*, <http://www.scienceandreligiontoday.com/2011/05/04/what-is-motivated-reasoning-and-how-does-it-work/>

Kahan, D. et al (2013) Motivated Numeracy and Enlightened Self-Government, *Behavioural Public Policy*, 1,54-86

Lakoff, George (1997). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press and *Moral Politics: What Conservatives Know That Liberals Don't*. University of Chicago Press

Lakoff, G. (2010) "Why "Rational Reason" Doesn't Work in Contemporary Politics", <http://www.truthout.org/buzzflash/commentary/george-lakoff-why-rational-reason-doesnt-work-in-contemporary-politics/8893-george-lakoff-why-rational-reason-doesnt-work-in-contemporary-politics>

Marinoni, B., & Galassi, V. (2020). Aspectos da desinformação, capitalismo e crise. Em H. Martins, *Desinformação: crise política e saídas democráticas para as fake news* (p. 108). São Paulo: Veneta.

Marques, A. C., & Costa, P. L. (dezembro de 2020). O direito e a pós verdade: a eclosão das "fake news" no processo democrático à luz da ordem constitucional brasileira. *E-civitas - Revista Científica do Curso de Direito da UNIBH*. Fonte: <https://unibh.emnuvens.com.br/dcjpg/index>

Martins Moutinho, B. (2018). Informação como mercadoria - o conflito entre filtros de conteúdo e o direito de ser informado: o papel da função social da empresa. *Diké*, 01, pp. 59-88.

Moore, M. (2019). *Democracia Manipulada*. Carcavelos: Self.

Moura-Melo, I. d., Afonso-Rocha, R., & Guimarães, C. A. (2016). Análise arqueogenealógica do discurso de eficácia da prisão. 22º *Seminário de Iniciação Científica e 3º Simpósio de Ensino, Extensão, Inovação, Pesquisa e Pós-Graduação*.

Revel, J. (2005). *Michel Foucault: Conceitos Essenciais*. Claraluz.

Ribeiro, M., & Ortellado, P. (2018). O que são e como lidar com as notícias falsas: dos sites de notícias falsas às mídias hiperpartidárias. *SUR - Revista Internacional de Direitos Humanos*, pp. 71-83.

Ruediger, M. A., & Grassi, A. (2018). *Desinformação na era digital: amplificações e panorama das eleições 2018*. Rio de Janeiro: FGV DAAP.

Sabino, P. A. (2013). Liberdade de informação jornalística na constituição de 1988 e o acesso aos meios de comunicação no exercício do direito de resposta. *Dissertação de Mestrado*. Salvador: Universidade Federal da Bahia.

Sacramento, I. (2018). A saúde numa sociedade de verdades. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 8.

Sen, A. (2011). *A ideia de Justiça*. São Paulo: Companhia das Letras.

Silva, G. F., & Júnior, S. d. (2014). O discurso em Michel Foucault. *Revista Eletrônica História e Reflexão*, 8-16.

Silva, L., & Marquez, L. (2020). Direitos Humanos no ambiente online: o conflito entre fake news e liberdade de expressão. *SCIAS. Direitos Humanos e Educação*, 3(2), pp. 169-183.

Soares, F. B. (2019). Esfera Pública E Desinformação: estratégias de circulação e legitimação da desinformação. *Anais do XXVIII Encontro Anual da Compós*, (pp. 1-22). Porto Alegre - RS. Acesso em 05 de 10 de 2021, disponível em http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_7E57XD7TP7290OYNLQX9_28_7548_18_02_2019_10_15_21.pdf

Sousa, S. A. (2010). Discurso, autor e sujeito dentro da obra A ordem do discursos de Michel Foucault: uma análise metadiscursiva. *Darandina Revisteletrônica*, p. 9.

Spohr, D. (2017). Fake news and ideological polarization: filter bubbles and selective exposure on social media. *Business Information Review*, pp. 150-160.

Vilas Boas, C. T. (2002). *Para Ler Michel Foucault*. Ouro Preto: Imprensa Universitária da UFOP.

Westerlund, M. (2019). The Emergence of Deepfake Technology: a review. *Technology Innovation Management*, 9(11).

Zambam, N. J., & Baldissera, W. A. (2019). Fake News e democracia: uma análise a partir dos julgados do Tribunal Superior Eleitoral em 2018 e da visão de Amartya Sen. *Revista Jurídica Cesumar*, 19(3), pp. 853-873.

LEGISLAÇÃO

BRASIL. (1988). Constituição Da República Federativa Do Brasil.

_____. Decreto n. 678, de 06 de Novembro de 1992. Promulga a Convenção Americana sobre Direitos Humanos (Pacto de São José da Costa Rica), de 22 de novembro de 1969. Acesso em Junho de 2021, disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D0678.htm.

_____. Lei nº 5.250 de 09 de fevereiro de 1967. Regula a liberdade de manifestação do pensamento e de informação. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5250.htm Acesso em: Jun de 2020

dos Direitos Humanos, O. D. U. (2020). Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos. *Convenção dos Direitos da Criança, Convenção sobre Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres e a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência*. Acesso em Junho de 2021, disponível em https://direitoshumanos.mne.gov.pt/images/documentacao/convencoes_internacionais/observaes_finais_5_pidcp_-_pt.pdf

Humanos, D. U. D. D. (2015). Declaração universal dos direitos humanos. Acesso em Junho de 2021, disponível em https://educacao.mppr.mp.br/arquivos/File/dwnld/educacao_basica/educacao%20infantil/legislacao/declaracao_universal_de_direitos_humanos.pdf.

Pacto Internacional Sobre Os Direitos Civis E Políticos De 1966. Acesso em Junho de 2021, disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0592.htm

Supremo Tribunal Federal. (06 de Novembro de 2009). Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental 130. *ADPF 130*. Acesso em Junho de 2021, disponível em <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411>

RELATÓRIOS

Batista, M. C. (2019). Agências De Notícias: Que Papel No Combate Às Fake News? (O caso da Agência Lusa). *Relatório de Estágio*. Portalegre, Portugal: Instituto Politécnico de Portalegre.

Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T., & Couraceiro, P. (2018). As Fake News numa sociedade pós-verdade Contextualização, potenciais soluções e análise. *Relatório Obercom*.

OECD. 2018. Program for international student assessment (PISA). *Leitores do séc. XXI: desenvolver competências de leitura num mundo digital (2018)*. Acesso em Junho de 2021, disponível em https://www.oecd.org/pisa/PISA2018_Leitores_PORTUGAL.pdf

UNESCO. (2019). Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo. doi:978-85-7652-240-9

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe Report 27.

DIVERSOS

Bernardo Barbosa, B. F. (24 de 03 de 2021). *Bolsonaro e aliados publicaram 83% da desinformação sobre 'tratamento precoce' no Facebook em 2021*. Acesso em 27 de 03 de 2021, disponível em Aos Fatos: <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-e-aliados-publicaram-83-da-desinformacao-sobre-tratamento-precoce-no-facebook-em-2021/>

Michaelis. (s.d.). Acesso em 02 de 05 de 2021, disponível em <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=ecossistema>

Netflix (Diretor). (2020). *The Social Dilemma* [Filme Cinematográfico].

“Nativos digitais não sabem buscar conhecimento na internet, diz OCDE”, disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-57286155>. Acesso em Jun/2021

Transparify:
<http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/culture-media-and-sportcommittee/fake-news/written/47967.html>

UOL. (15 de 01 de 2021). *UOL*. Acesso em 27 de 03 de 2021, disponível em UOL: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/01/15/twitter-poe-alerta-em-post-de-bolsonaro-sobre-tratamento-precoce-da-covid.htm>