

Sociedade da mensagem para reconfigurar a des(informação)

Magaly Prado

E

m reiterado descontentamento ao ver os profissionais da imprensa serem taxados de produtores de *fake news* – até por conta de o termo *news* significar notícias – e a expressão gerar confusão ao ser disseminada como “notícias falsas”, o objetivo deste ensaio foi buscar uma alternativa viável para descrever o fenômeno da desinformação digital, levando em conta que a expressão “informações falsas” também não é adequada, pois, obviamente, informar não tem o intuito de desinformar. Portanto, trata-se de pôr à prova os preceitos de noticiabilidade contra toda e qualquer falta de ética espalhada nas redes.

MAGALY PRADO é jornalista da Rádio USP e fez estágio pós-doutoral no Departamento de Informação e Cultura da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP.

A intenção é discutir, no campo da teoria da informação, as reflexões de Rafael Capurro (1995) sobre a teoria da mensagem ou angelética para alçar o termo “mensagem”, determinando seu significado, e trazer como proposta interpretativa seu uso no lugar de “informações falsas”, quando a referência recair em contexto da desinformação. A hipótese é trazer à tona a visão capurriana renovada de “mensagem” para a discussão de “informação” e, assim, fazer um paralelo a um debate em defesa de uma causa determinante quando se trata de resgatar o sentido de “notícias” e evitar sua identificação com *fake news*. Essas distinções são relevantes em razão dos impactos provocados pela abertura da internet – especialmente dos espaços possíveis das caixas de comentários; dos *templates* facilitados de criação na blogosfera e, principalmente, da entrada maciça nas redes sociais – à voz de qualquer internauta, que acarretou como efeito colateral, paradoxalmente, a saturação de informações e, com ela, o desenvolvimento de um ecossistema de desinformação desenfreada.

Uma das definições mais frequentemente usadas de ciência da informação, apontadas por Capurro e Hjörland (2007, p. 186) é a de Griffith (1980), em que a ciência da informação se ocupa com a geração, coleta, organização, interpretação, armazenamento, recuperação, disseminação, transformação e uso da informação. Curiosamente, são funções e atividades que, infelizmente, também podem ser atribuídas a fabricações e fomento de mensagens falsas. Como superar esse desafio em mitigar a desordem informacional é a pergunta crucial. Para tanto, vejamos um brevírio da linha do tempo da informação quando é possível confrontar a disfunção informacional.

Ao transcender a teoria matemática da informação, a abordagem evolutiva da informação dentro das ciências naturais e sociais tem sido discutida em conferências internacionais. A ciência da informação (CI) é vista, nesse contexto, como interdisciplinar ou multidisciplinar. Capurro e Hjörland (2007, p. 166) citam Marijuan (1996, p. 91): “Como uma ciência vertical putativa, cria o próprio leque de subdisciplinas na superposição com outras ciências existentes: física da informação, química da informação (computação molecular), bioinformação (vida artificial), neurociência informacional (inteligência artificial)”. Os autores acreditam que as discussões sobre o conceito de informação em outras disciplinas são muito importantes para a CI porque muitas teorias e abordagens em CI têm suas origens em outras áreas. O conceito epistemológico de informação “põe em jogo processos de informação não humanos, particularmente na física e na biologia. E, vice-versa, os processos psíquicos e sociológicos de seleção e interpretação devem ser considerados usando-se parâmetros objetivos”, ou seja, “deixando de lado a dimensão semântica, ou, mais precisamente, considerando-se parâmetros objetivos ou situacionais de interpretação” (Capurro; Hjörland, 2007, p. 150).

O PAPEL DAS TEORIAS CRÍTICAS

Entretanto, foi justamente o abandono das questões semânticas que incitou as críticas mais agudas à CI, por parte das chamadas teorias críticas, em cujo campo a perspectiva marxista é precisamente aquela que mais se consolida (Araújo, 2009, p. 5). Na visão do autor, os “modelos anteriores, principalmente

o sistêmico, de natureza biológica, enfatizavam a estabilidade, a permanência (por meio da definição de leis, do estabelecimento das funções) e a integração (cada parte exercendo seu papel para a manutenção do todo)”. Na direção oposta, a teoria crítica enfatiza “o conflito, a desigualdade, o embate de interesses em torno da questão da informação – e, para tanto, buscará explicar os fenômenos a partir de sua historicidade” (Araújo, 2009, p. 5).

Assim, o estudo da informação, do ponto de vista crítico, não fica mais atrelado “às condições de eficácia de seu transporte, de suas funções para o equilíbrio social ou dos procedimentos funcionais para seu processamento no âmbito dos sistemas” (Araújo, 2009, p. 196). A teoria crítica, conforme o autor, relaciona-se com a ideia de “suspeição de que a realidade tenha fundamento nela mesma. Ao contrário das aproximações ‘positivas’ ao real, a teoria crítica tem por atitude epistemológica a desconfiança, a negação do evidente, a busca do que pode estar escondido ou camuflado” (Araújo, 2009, p. 196). Uma vez que a informação é entendida, pela teoria crítica, “como recurso fundamental para a condição humana no mundo, a primeira percepção que ela traz é sobre a desigual distribuição entre os atores sociais” (Araújo, 2009, p. 197). Dessa forma, nada foge aos olhos envolvendo “a questão da democratização da informação, do acesso à informação por parte de grupos e classes excluídos e marginalizados” e, ainda, “a criação de formas e sistemas alternativos de informação, e mesmo estudos sobre a contrainformação, como forma de rejeição aos regimes informacionais hegemônicos” (Araújo, 2009, p. 197).

Do mesmo modo, em um universo informativo, a teoria matemática do caos demonstra que, por um lado, os modelos nunca podem contemplar todas as variantes dos elementos que interferem em um ato comunicativo, porque tudo está inter-relacionado. “Isso seria impossível, exceto para um ser onisciente. Por outro lado, a mesma teoria demonstra que os modelos não conseguem dar conta de todas as interações estabelecidas entre todos os elementos que interferem no processo de comunicação”, esclarece Sousa (2006, p. 77).

É nesse contexto que o trabalho de Capurro, na área de epistemologia e ética da CI, reveste-se de prestígio sociocultural por exaltar a necessidade do fator interpretação da mensagem em processos de comunicação informacional, uma vez que se responde sempre a uma mensagem, sendo ela um sinal com significado específico, independente de uma eventual solicitação. Na percepção de Capurro e Hjörland (2007, p. 193), a distinção mais importante capaz de levar a novos patamares é aquela entre “informação como um objeto ou coisa (por exemplo, número de bits) e informação como um conceito subjetivo, informação como signo; isto é, como dependente da interpretação de um agente cognitivo”. Os autores pontuam ainda que a “visão interpretativa desloca a atenção dos atributos das coisas para os mecanismos de liberação para os quais aqueles atributos são relevantes” (Capurro; Hjörland, 2007, p. 193).

“A partilha de informação necessita de um suporte comunicacional para se efetivar. Isto é, a informação depende da comunicação. Não há informação sem comunicação”, assegura Sousa (2006, p. 24). Ainda no sentido de partilhar, para Gill e Adams (1998 apud Sousa, 2006), “a comunicação não é

apenas uma troca de informações ‘duras’, mas também a partilha de pensamentos, sentimentos, opiniões e experiências”. Os autores lembram que a maneira com que nos desenvolvemos como indivíduos sempre dependeu do grau de eficácia na construção de redes. A comunicação liga-nos à rede de seres humanos, começando na família e prosseguindo pelos amigos, com a ajuda da mídia, e pela sociedade.

DA HERMENÊUTICA À ANGELÉTICA

Recorrer à hermenêutica como forma de ampliar as possibilidades teóricas do estudo da informação é o que Capurro faz ao reconhecer “a existência de três paradigmas no campo: o primeiro, que denomina paradigma físico; o segundo, que identifica como paradigma cognitivo; e o terceiro, ao qual ele próprio se filia, denominado paradigma social” (Capurro, 2003 apud Araújo, 2009, p. 201).

“Criticando os dois primeiros, o autor subverte a ideia comum que se tem de que a informação é algo prévio que cria o conhecimento, propondo que, na verdade, o que ocorre é o contrário, pois a informação é o conhecimento em ação – informação é contextualizar o conhecimento, algo só pode ser considerado informação pelos atores sociais se já se tem conhecimento daquilo que é definido como informação” (Araújo, 2009, p. 201).

Pelo prisma de Capurro, a informação não seria, então, “o produto último de um processo de representação, nem algo que é transportado de uma pessoa a outra ou

mesmo algo específico para uma subjetividade isolada”. Antes de tudo, ela seria “uma dimensão fundamental da forma como os seres humanos compartilham o mundo com os outros” (Capurro, 1992 apud Araújo, 2009, pp. 201-2). É bom frisar que, na cultura da partilha digital, retuitar, replicar, compartilhar, entre outras, são formas de endosso.

Para Capurro (2010), toda hermenêutica pressupõe uma angelética. A palavra “angelética” é derivada do grego *angelía*, que significa mensagem. “A angelética designa, diferentemente da angelologia, o estudo do fenômeno das mensagens e mensageiros, independentemente de sua origem divina, ou melhor, estuda esse fenômeno dentro dos limites da condição humana”. O autor continua:

“Isso não significa que estudos relacionados sejam excluídos tanto no campo das religiões quanto nas ciências naturais (por exemplo, o estudo das mensagens e mensageiros no nível celular), mas o foco específico é o das mensagens e mensageiros humanos. O humano sempre implica naturalmente a técnica. É justamente neste momento histórico do surgimento da internet que o fenômeno técnico das mensagens e mensageiros digitais, começando com o e-mail e terminando com todo tipo de atividade política, científica, cultural e econômica na internet, desempenha um papel preponderante e, por assim dizer, paradigmático na sociedade mundial do século XXI” (Capurro, 2010).

Naturalmente, “é possível investigar o dinamismo da vida e dos seres vivos entre si e com seu ambiente como processo de elaboração de mensagens ou informações” (Capurro, 2010). Hoje, com mais alcance

e velocidade, abrimos um parêntese para as desinformações. “Isso foi amplamente demonstrado pelo desenvolvimento da cibernética [Wiener, 1948] e da teoria dos sistemas” (Capurro, 2010). Mas também é evidente que o fenômeno das mensagens “no nível humano nos confronta com uma complexidade e uma especificidade que não podem ser tratadas adequadamente apenas com base nas ferramentas conceituais e técnicas” (Capurro, 2010).

Antes de tudo, ressaltamos que tanto a hermenêutica quanto a angelética estão implicadas no significado de “mensageiro” na mitologia que as envolve (conforme o *Dicionário Houaiss*, Angelia era a Daemon que personificava as mensagens, as notícias e as proclamações). Toda interpretação pressupõe um processo de transmissão de mensagens. “O texto a ser interpretado deve ser previamente transmitido e anunciado. Hermes é principalmente um mensageiro e, nessa base, também um intérprete e tradutor” (Capurro, 2010). Esse caráter mensageiro da comunicação e da interpretação é justamente o que a angelética quer analisar, “tarefa não menos complexa e abrangente que a da hermenêutica do século passado. A angelética, diferentemente da hermenêutica, tem um caráter eminentemente prático. Não se trata apenas de entender, mas de causar uma mudança no recipiente” (Capurro, 2010).

“A relação entre remetente e destinatário pode ser concebida em analogia com o círculo hermenêutico como círculo angélico. Todo receptor é um remetente em potencial e, portanto, também um mensageiro e vice-versa. É também por isso que a dimensão ética é mais imediata na angelética do que o que Hans-Georg Gadamer pensava a respei-

to da hermenêutica com relação ao ‘círculo hermenêutico’ explicitado por ele com base na analítica heideggeriana” (Capurro, 2010).

A angelética “como teoria das mensagens é, portanto, em si uma mensagem com aspirações de criar sobre ela e sobre os outros um conhecimento comum. Suas questões dizem respeito à origem, propósito e conteúdo das mensagens” (Capurro, 2010), bem como a “estruturas de poder, técnicas e meios de disseminação, modos de vida, história(s) de mensagens e mensageiros, codificação e interpretação, aspectos sociológicos, psicológicos, políticos, econômicos, estéticos, éticos e religiosos” (Capurro, 2010).

Para o autor, que passa da filosofia da informação à filosofia da mensagem, a angelética “opera na diferença de emissor/receptor com base na crença de entendimento, ou, mais genericamente, de um processo de seleção entre dois sistemas possíveis”. A hermenêutica, inclusive a digital, “opera entre a diferença do pré-entendimento e a interpretação baseada na crença de que aquilo que é objeto no processo de interpretação tem sido transmitido com sucesso, ou seja, se ofereceu para o receptor como um objeto de seleção” (Capurro, 2010).

Apontar para os princípios e ideais da hermenêutica e, ademais, para os da angelética tem hoje uma função estratégica, pois apontam pelo avesso e, por consequência, comparativamente demonstram o quanto esses princípios estão em falta nos ambientes das redes sociais, em que as pessoas compartilham mensagens falsas porque não verificam seu conteúdo e retroalimentam a mentirinha. São nesses ambientes que pode ser testemunhado a que nível de deterioração a lógica comunicacional é levada, produzindo

impactos nocivos na vida social, especialmente na formação da cidadania necessária ao exercício da democracia, conforme será discutido a seguir.

INSIGHTS DO DESENVOLVIMENTO CÉLERE DAS REDES PRÉ E PÓS-DATAFICAÇÃO

A cibercultura exacerba o desenvolvimento da hipermídia, a linguagem própria das redes – um espaço de informação, de práticas, de interações e de processos gerados e articulados em rede – e, em tempos de ocupação das redes sociais digitais, faz aflorar o contexto de hipermobilidade.

Mesmo sabendo que a produção em rede traz ainda um rastro forte dos modos analógicos, cabe ressaltar que, no ambiente do ciberespaço (Gibson, 1984; 2008), a prática comunicacional precisa ser pensada digitalmente, considerando a emergência da multiplicidade de ferramentas, bem como *affordances* para a produção de mensagens, outros procedimentos recentes de captura e apresentação de dados e novos modelos de pensamento e sociabilidade – que, por sua vez, produzem demandas variadas em termos de audiência e sua relação com os conteúdos de informação.

A primeira fase – web 1.0 – é a da publicação em portais, sites, canais, fóruns, chats, além de mensagens por e-mail; produção de álbuns de fotos; primeiros sistemas de busca e sistemas de criptografia, entre outros. A segunda fase – web 2.0 – é a da cooperação, com redes de relacionamento, emoticons, blogs, transferência de arquivos, marketing viral, escrita coletiva, fugacidade

e (pós) convergência. Na cibercultura, surge o espaço ilimitado (como é a rede no todo) para as produções que, antes, não tinham visibilidade suficiente para uma divulgação maior. São elas as produções independentes, os ativismos artísticos e mesmo a própria possibilidade de formar redes de cidadãos conectados (Prado, 2012).

É preciso esclarecer que o intuito deste estudo não é realçar as transformações dessas primeiras fases da comunicação digital e a transposição (digitalização) de conteúdo impresso para a web; nem os posteriores conteúdos originais, porém calcados no modelo do impresso, o proeminente hipertexto e a adoção sistemática dos hiperlinks a convidar para a navegação; nem a pós-convergência que abarca o audiovisual, a qual, além de texto e fotos, traz imagens não somente em movimento, como também animadas e mutantes, conforme atualização de dados tanto por profissionais quanto por colaboradores participativos em *tagueamentos* da *folksonomia* e da taxonomia, e a entrada da multimídia; nem quando traz não somente a inserção e mineração das bases de dados nas práticas comunicativas, como também suas decorrências. A ênfase é dada à fase da comunicação móvel, à era da aceleração e da maior concorrência na circulação de informações e notícias produzidas e consumidas nos dispositivos colados aos corpos (e sua portabilidade, sensibilidade ao toque, diferentes tamanhos de telas [pequenas]) e ainda com especial destaque às ferramentas geolocais (possibilitando o rastreamento para melhor atuação dos algoritmos), tamanha é a força de sua penetração no dia a dia das pessoas, dentro dos sistemas circulatórios do tráfego na internet, na ansiedade de informação.

Conceito muito abordado desde os anos 1990, a multimídia também pode ser definida seja pelo viés da comunicação, seja pela informática, ou, ainda, por outros campos do conhecimento. Isso porque o termo pode representar várias situações muito comuns na era das mídias digitais. Por exemplo, para a informática, “multimídia” refere-se à possibilidade de um sistema de reunir, em uma mesma mensagem, diferentes tipos de representação de informação, como textos, imagens, áudios e vídeos. Essa reunião só é possível graças à complexidade dos computadores contemporâneos, que são capazes de transformar dados (ou código binário) em áreas clicáveis, imagens animadas etc. Todavia, na comunicação, o conceito representa uma verdadeira revolução no modo como meio e mensagem interagem em um ambiente digital. Por conseguinte, a evolução fez aflorar as *deepfakes*: mídia fabricada e produzida com inteligência artificial (IA) como o auge das mensagens falsas.

MUDS – MUNDOS DE FANTASIA

No aprofundamento do estudo das redes, o ativista Howard Rheingold (no capítulo “Desinformocracia”, de sua obra *Comunidade virtual*) aponta a diferença entre paradigma de difusão (imprensa, rádio, TV) e paradigma de rede (Prado, 2009). Rheingold chama a atenção para a íntima relação entre essa teia de comunicações livres, informais, pessoais e os fundamentos da sociedade democrática: “Em virtude da sua influência potencial nas convicções e percepções de um número tão grande de indivíduos, o futuro da Rede está ligado ao futuro da comunidade, da

democracia, da educação, da ciência e da vida intelectual – algumas das instituições humanas mais prezadas, independente da importância dada ao futuro da tecnologia da informática” (Rheingold, 1994).

Em meados da década de 1990, Rheingold definiu as comunidades virtuais como agregados sociais que emergem na web quando pessoas desenvolvem discussões abertas por determinado tempo, com sentimento humano suficiente para formar redes de relacionamentos pessoais no ciberespaço, e argumentou que no futuro as tecnologias pessoais tornariam possível aos indivíduos publicar notícias instantaneamente na web, à medida que os eventos se desenrolassem diante de seus olhos. Na época, o pensador não previu a emergência do tumulto informacional.

Por outro lado, Rheingold (2005, p. 443) mostra o lado selvagem do ciberespaço, em que dezenas de milhares de outras pessoas infelizes com a vida real constroem mundos de fantasia na internet. O surgimento das *muds* e das identidades alteradas nas comunidades virtuais foram os sinais evidentes desse descontentamento por parte dos internautas.

As *muds* eram mundos imaginários na internet em que os usuários começaram a viver virtualmente em comunidades, agregados sociais nos quais famílias inteiras entravam para se distrair da realidade de seus mundinhos e construir outras relações sociais. Eram comunidades de faz de conta do começo do ciberespaço, disponíveis a todos. Imagine lugares gélidos e sem sol em boa parte do ano, tendo a possibilidade de ver o pôr do sol quantas vezes quiser! Um *revival* no que hoje estão trazendo à tona o metaverso (Prado, 2022).

DIVERSAS FORMAS DE SE COMUNICAR PROLIFERAM EM CONSTANTE RENOVAÇÃO

Por consequência, o problema também recai, de um lado, na utilização de ambientes como as plataformas de redes sociais, de maneira consistente e consciente para acompanhar o fluxo apressado das mudanças, bem como a explosão de informações em modo contínuo, e, de outro lado, na dificuldade premente de estruturar uma produção atualizada e inédita, para tentar descobrir como atingir os internautas no cotidiano (ideal de todos), lembrando que eles não apenas são replicadores de informações, como também interferem na produção e customizam o que escolhem para consumir.

Mas de nada adianta tentar entender a circulação das informações ou das mensagens percorridas se a averiguação do seu êxito não for avaliada e executada. É preciso experimentar, testar e produzir para saber como funciona o que desejamos analisar.

Entendemos que é preciso sempre ver o outro lado, pôr em contraponto; e, ao concordar com o raciocínio de Santaella, o seguimos: “Tenho acalentado a ideia de que chamar atenção para o potencial construtivo das tecnologias é mais produtivo do que demonizar seus malefícios” (Santaella, 2013, p. 22). Isso exemplifica ainda de onde surgem essas percepções negativas: “[...] advêm das ruínas edulcoradas e dissimuladas do capitalismo, ruínas que Benjamin já havia vislumbrado no *Angelus Novus*, de Klee. Não é que os malefícios não existam”, e arremata airoso trazendo seu filósofo preferido, Charles Sanders Peirce, ao dizer: “Entretanto, aprendi com Peirce que

os ideais, que cultivamos em nossa mente, acabam conduzindo nosso modo de agir” (Santaella, 2013, p. 22).

Diagnosticar o estado da arte daria outro estudo, tão pertinente quanto análogo à própria rede e seu espírito – enquanto ainda era livre, com, ao menos, as pessoas participando mais e se sentindo mais inseridas no mundo. Toda a logística que interfere no cotidiano das pessoas em rede, não somente no uso das ferramentas multimídias numéricas, mas de tudo o que envolve o ato de informar dentro delas, ou seja, a linguagem, a técnica de produção, a forma de apuração dos fatos no movimento da ambulância, a navegação em camadas (de acordo com a navegação do internauta, que escolhe seus caminhos, há a possibilidade de aprofundar o conteúdo conforme a necessidade de quem navega), os aplicativos, a web semântica¹ adotada, a edição (on-line [mais rápida] ou remota), o tagueamento dentro do tagueamento etc. e, mesmo assim, sabendo que uma questão urgente de *hard news* da atualidade precisa ser resolvida e publicada hoje, de preferência, imediatamente.

Porém, a interação que nasce nas redes de computadores – cumpre assinalar – traz cooperação e conflitos, como apontado em outras reflexões (Prado, 2012). Discussões de propriedade intelectual, de um lado, liberação de conteúdo por autores em licenças específicas, de outro. Cresce a disputa entre o *copyleft* versus o *copyright* e surgem as licenças de autorias alternativas

1 O termo “web semântica” refere-se à visão do W3C da web dos dados conectados. A web semântica dá às pessoas a capacidade de criar repositórios de dados na web, construir vocabulários e escrever regras para interoperarem com esses dados.

às existentes, como as Creative Commons. Outra questão que é levantada, e que vem do movimento *cyberpunk*, é a da ética *hacker*, com os lemas “toda informação deve ser livre” e “faça você mesmo”, afluindo o ativismo e a resistência na rede (Prado, 2012). No ciberespaço também aparecem o ciborgue – homem-máquina – e a ciberarte, que propõe, entre outras bandeiras, a obra aberta e a autoria coletiva. Tudo isso influi positivamente nos internautas mais sensíveis desde o século passado. Já os impasses que a cibercultura traz à tona são muitos, como o da dominação e o do controle, da exploração e vigilância, das mensagens duvidosas, do isolamento e da sobrecarga de informações que nem sempre geram conhecimento.

A ECOLOGIA DA DESINFORMAÇÃO NA INFOSFERA E AS BOLHAS ALGORÍTMICAS

A ascensão das tecnologias digitais na infosfera se dá na proporção do crescimento dos dados em circulação. São dados produzidos por empresas, instituições e dispositivos técnicos. Contudo, entre eles, os mais graves são os dados pessoais.

Passamos por um panorama midiático no qual diversas técnicas foram (e estão sendo) adotadas na produção de informações e notícias. Dez anos atrás, Anderson, Bell e Shirky, para dar conta dessas recentes experiências de produção e consumo de informações, relatavam o uso de “análises algorítmicas de base de dados, visualização de dados, solicitações de conteúdos por parte de amadores, produção automatizada de narrativas, criação de narrativas baseadas em dados, entre outros” (Anderson; Bell; Shirky, 2013).

A proliferação do hiperfluxo das informações possui duas linhas de pensamento: uma que dá acesso a muito mais pessoas, e a outra, que muitas dessas pessoas não sabem como filtrá-las. Os algoritmos – atrapalhando e mesmo atravancando a comunicação do que realmente importa na medida em que dissipam o conteúdo no momento de sua publicação – manipulam automaticamente “mais do mesmo”, quando poderiam deixar a entrada das informações mais livre.

Na cibercultura compartilhada, as pessoas conectadas em rede escolhem quem seguir, reagem favoritando ou banindo comportamentos e produtos, personalizam também o que querem consumir. Por corolário, reforçam posicionamentos e opiniões. As escolhas feitas pelos internautas, por sua vez, geram dados e metadados que informam sucessivamente os algoritmos e os ajudam a formar as bolhas em que se inserem as pessoas (Prado, 2022, p. 34).

Além do Google e do Facebook, o aumento do número de plataformas digitais (incluindo as de mensageria instantânea, formando redes sociais em seus grupos), que facilitam a conformação de redes sociotécnicas, como Twitter, Instagram, TikTok e WhatsApp, apenas para citar algumas das mais populares no Brasil, tende a formar *clusters*, ou “bolhas” de atores, fenômeno notado por Lincoln Dahlberg (2007, apud Barcellos et al., 2017), para quem, “mesmo que o ciberespaço ofereça infinitas possibilidades, a tendência dos participantes é ir atrás de reforço às suas ideias e rejeitar as diferentes, buscar a semelhança e não a diferença”. Nesse aspecto, Dahlberg ainda afirma que os atores dispõem de mecanismos de filtro cada vez mais eficientes, cujos algoritmos remetem

a resultados de acordo com quem realizou a busca ou induzem a relacionamentos com assemelhados (Prado, 2022, p. 175).

Quando se dá a emergência do distúrbio da informação, sobretudo com o planejamento profissional em relação ao conteúdo difamatório – momento certo de ser produzido e exatamente a quem destinar –, a base de comunidades e bolhas já está preparada em escala. Basta cancelar o processo em que as premissas são imputadas nos algoritmos de IA delineados para uso da informação como estratégia de poder, escondido detrás do que é denominado “melhoria da nossa experiência”, isto é, a experiência do público (Prado, 2022, p. 200).

PROCESSAMENTO DO *BIG DATA*

O que se pretende com esta sucinta linha do tempo é levantar alguns pontos de relevo para demonstrar o quanto a sociedade da mensagem, pensada por Capurro e outros, foi gradativamente se dissipando nas redes sociais digitais. Marco decisivo dessa dissipação encontra-se no escândalo da Cambridge Analytica², exposto pelas jornalistas Carole Cadwalladr e Emma Graham-Harrison (2018), um caso de violações de regras e abuso de dados em massa para “construir um sistema que pudesse traçar o perfil individual dos eleitores americanos, a fim de direcioná-los com anúncios políticos personalizados”. Fez a empresa entrar em colapso, após o *Observer* ter revelado que se

apropriara para fins comerciais de cerca de 87 milhões de perfis no Facebook (multado posteriormente em bilhões) e dos dados dos usuários comprometidos para uso político dos dados em massa para influenciar as eleições americanas. Foram usados os resultados do teste e os dados do Facebook para construir um algoritmo que pudesse analisar perfis individuais do Facebook e determinar traços de personalidade ligados ao comportamento eleitoral (Cadwalladr; Graham-Harrison, 2018 apud Prado, 2022, p. 279).

Desde 2016, na sua gênese, a expressão *fake news* (FN) ganhou popularidade na boca do então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, quando este não aceitava críticas da imprensa e dava às críticas o nome de FN na intenção de abafar as denúncias de suas falcatruas recorrentes. Desde que o submundo desinformativo começou a se alastrar, pesou sobre os jornalistas a pecha de que eles eram os responsáveis pelas FN, impondo, portanto, uma semelhança, ou melhor, uma desdiferenciação, entre as FN e as notícias. Em meio à confusão, as pessoas comuns, no calor das emoções, não conseguem, muitas vezes, diferenciar a informação produzida por profissionais sérios daquela produzida sem procedimentos éticos jornalísticos.

“Antes de tudo, a expressão *fake news* não pode ser traduzida ao pé da letra, porque se são *fakes* não são *news*, pois, no jornalismo, em princípio, não existe notícia falsa, tanto que uma das normas é a checagem dos fatos antes da publicação, conforme evidenciado em estudos anteriores” (Prado, 2021, p. 48). “Mas é assim que são conhecidas as mensagens fraudulentas proliferadas na atual era da pós-verdade pela qual o mundo vem passando

2 Cambridge Analytica foi uma empresa anglo-estadunidense de consultoria política, criada por Robert Mercer em parceria com Steve Bannon, o estrategista-chefe da campanha de Donald Trump em 2016.

de forma descontrolada. Portanto, por motivos óbvios: para um fato se tornar notícia, a prioridade, entre as várias regras éticas da imprensa, é que ele seja verdadeiro, isto é, uma verdade factual – expressão cunhada por Hannah Arendt (1906-1975) no ensaio ‘Verdade e política’, publicado na revista *New Yorker*, em 1967” (Prado, 2022, p. 25).

Portanto, de modo geral, notícias e informações são confundidas com FN. Nesse contexto, não é pertinente chamá-las de “notícias falsas”, nem de “informações falsas”; é preferível chamá-las de “mensagens falsas” que, à luz de Capurro, podem bem ser denominadas “antiangélicas”. Além disso, foi ficando cada vez mais claro que a fábrica da desinformação abarca não somente as FN ou mentiras em estado puro – feitas com a intenção de enganar e prejudicar –, mas também uma distribuição de variedades que poderiam ser chamadas de pseudoangélicas, responsáveis pela generalização da desinformação, como se segue:

“1) informação descontextualizada, ou seja, sem a data, o que faz com que algo dito no passado (mesmo sendo verdade) volte à tona desatualizado, requentado; 2) mensagens adulteradas, manipuladas, editadas com recortes de modo a distorcer o contexto; 3) má informação, sem apuração ou mal apurada, ausência de fontes (muito menos de especialistas) para corroborar o que é dito, sem visualização transparente de dados fazendo com que qualquer opinionismo possa emplacar, mesmo com fontes forjadas; 4) mescla de verdade e mentira para deixar dúvidas e confundir; 5) sensacionalismo, aumentando e maquiando o teor do que é dito; 6) boatos, *hoax*, factoides, fatos alternativos etc., ou

mesmo de dados enviesados. São, no fundo, mensagens fraudulentas com algum grau de fragilidade e ‘com a carga que trazem, em geral, perspicaz (por conta da penetração de vista), porque geram todo tipo de emoção (boa ou ruim, dependendo da crença de cada um), fazem com que grande parte não desvie o olhar, tamanha é a atratividade” (Prado, 2022, p. 27).

Contudo, como um passo estridente a mais, a IA generativa atropela o rumo e o software GPT não é de hoje que traz alvoroço, mas desde final de 2022 causa sensação. Porém, por total falta de transparência das plataformas (incluindo as de mensageria³ conversacional) sobre o processo de circulação informativa, estamos todos nas mãos de quem manipula a ordem do conhecimento, da troca de saberes ou mesmo de *hard news* diárias que importa saber (Prado, 2022, p. 293). Pensemos em um dos exemplos de modelos linguísticos de IA generativa: o LaMDA, um gerador de diálogos, como um *chatbot*⁴, bem sofisticado, do nosso tempo. Antes, em 2019, o surgimento pela empresa

3 A principal ferramenta utilizada para a propagação de desinformação no Brasil é o WhatsApp. Em fevereiro de 2020, a pesquisa sobre mensageria móvel “Panorama Mobile Time/Opinion Box” revelou que o aplicativo está instalado em 99% dos smartphones brasileiros. Entre os usuários da ferramenta, 98% disseram que acessam todos os dias ou quase todos os dias (Galassi, 2021).

4 Um exemplo claro das novas funções das ferramentas nas redes sociais são os *bots*, que, quando usados com FN, espalham demasiadamente mensagens errôneas. Ao aprender – profundamente ou não – com a máquina, *bots*, *chatbots* e ciborgues incrementam esses desenvolvimentos invasores, ajudando a falsear, replicar e viralizar nas redes conteúdos de interesse exclusivo, produzidos com rigor minucioso de acordo com o resultado da análise dos dados, para direcionar de forma algorítmica determinados internautas, desde que sejam influenciáveis (Prado, 2019, p. 70).

OpenAI (apoiada pela Microsoft) do GTP-2, que gera de forma automática amostras de texto sintético, deixou muitos dos pesquisadores estupefatos, principalmente aqueles que lidam com o combate das mensagens fraudulentas. Afinal, tratava-se de ter à disposição um programa que produz *deepfake* de texto com uma velocidade impressionante (Prado, 2022, p. 326). Bom frisar que não há privacidade por design.

“O GTP-2 foi treinado em um conjunto de dados contendo cerca de dez milhões de artigos, selecionados no site de notícias sociais *Reddit* para links com mais de três votos. A coleção de textos pesava 40 GB. Na definição do *Blog OpenAI*, trata-se do treinamento de um ‘modelo de linguagem não supervisionada em larga escala que gera parágrafos coerentes de texto, obtém desempenho de ponta em muitos parâmetros de referência de modelagem de idioma e realiza compreensão rudimentar de leitura, tradução automática, resposta a perguntas. O objetivo é simples: prever a próxima palavra, considerando todas as palavras anteriores em algum texto’” (Prado, 2022).

Foi dito na ocasião que o modelo de IA, o GPT-2, era “tão bom e o risco de uso malicioso era tão alto” que tiveram de romper com sua prática habitual de liberar a pesquisa na íntegra para o público, explicou Herne, no *The Guardian* (2019). Ainda Vincent, no *The Verge* (2019), alertou que a motivação da OpenAI para restringir o lançamento incluía o potencial de programas como esse de criar “artigos de notícias enganosos” além de “automatizar spam e abuso”, como relatado no blog *Sociotramas* (Prado, 2019).

Já em 2020, quando o software ganhou nova versão, o GPT-3, treinado no texto de milhares de livros e na maior parte da internet, causou mais estardalhaço não somente por gerar textos “parecidos” com fontes escolhidas e no mesmo estilo, o que já assustava a todos, mas também pela possibilidade de gerar FN, na medida em que, desventuradamente, se pode seguir a linha de impostores que fabricam todo tipo de desinformação (Prado, 2019, p. 330). Agora, não dá mais para destreinar.

Como sabemos, trata-se da criação de softwares que integram a tecnologia de *chat*, no estilo robô, com os recursos do *big data*, com o poder de computação dos próprios dados digitalizados e disponíveis na infosfera. O desenvolvimento é a consequência da análise e moderação de conteúdo, seu armazenamento e da posterior raspagem para construir um molde forjando informações aglutinadas, no intuito de distribuição a partir de perguntas ou pedidos dos usuários. Claramente, se o pedido parte de uma mensagem falsa, o mecanismo vai identificar em páginas de busca e gerar a resposta falha promovendo mais fraudes, ou, no mínimo, dados falso-positivos. Pela falta de explicabilidade e opacidade algorítmicas, não sabemos quais dados incidem no aprendizado de máquina profundo, portanto, o risco de detonar a reputação é evidente!

Todas essas etapas desequilibradoras da informação correta – em prol de interesses, de modo geral, escusos, pois estamos falando de FN – passam a ser aceleradas em escala muito superior ao que víamos antes da possibilidade de uso do ciberespaço com as técnicas de propaganda para esse novo tipo de ações perturbatórias, e fazem surgir a desordem informacional com ou sem

chatbots. Nos tempos atuais, a propaganda, especialmente no campo político (com forte empuxo do marketing digital), sofisticou-se a ponto de tomar para si a responsabilidade de dar a base do alastramento das FN (Prado, 2022, p. 211).

Os esquemas geradores da pervasividade das FN de hoje, em pleno século XXI, beberam na fonte de funcionamento da propaganda tradicional. Entretanto, com os recursos tecnológicos, obviamente, elevaram todas as fases do processo de modulação do público selecionado. São eles: coleta e armazenamento de informações – mais ágeis e servindo-se de grande quantidade de dados (*big data*); análises destinadas a refinar, escolher o público a ser manipulado (aqui, neste recorte, pelas FN) – com acesso cada vez mais fácil proporcionado pelos próprios perfis, que caem em ciladas variadas: de concordância nos termos de condições de uso, passando pelo aceite de *cookies* de rastreamento, até por responderem testes de personalidade e comportamento que inundam as redes – e direcionamento, espalhamento e circulação – e que, com o auxílio de robôs, provocam disparos em massa, replicam e viralizam perfis falsos (Prado, 2022, p. 210).

Enquanto a sociedade – e, em especial, a comunidade jornalística, que recebe farpas de todos os lados, como se estivesse atuando no epicentro do problema da desinformação – estiver à mercê do agravamento dos sistemas de vigilância e moderação de informação baseados em algoritmos de IA para interferir e modular o pensamento de um público designado (preferencialmente vulnerável), estaremos de mãos atadas no sentido de ter um freio perante essa intrusão, que vem de sites especializados em FN (por vezes sensacionalistas), mas, especial-

mente, das redes e suas mais rentáveis plataformas – Facebook (com ele, WhatsApp e Instagram) e Google (inclusive YouTube) –, com milhões de acessos por segundo, nas quais grande parte das pessoas está e que passa por uma era de distribuição (de um lado, com controle de visualizações a seu bel-prazer e, de outro, totalmente desordenada de informações, porque qualquer absurdo advindo das brigadas da web tem lugar a ser publicado).

Em suma, um maior poder computacional reforça essa cola da crescente disponibilidade de grande quantidade de dados e o progresso dos algoritmos. Se pensarmos que, a partir de comandos de textos, a overdose de programas como o DALL-E 2, o Midjourney ou o Stable Diffusion gera imagens a partir de comandos verbais, ficamos à mercê desses resultados de IA, especialmente quando o uso é para o campo artístico.

Na internet dos humanos, muitos de nossos direitos e liberdades dependem das mil e uma questões do regime de atenção – olho por olho, tela por tela – do dilúvio das mensagens (com ou sem o gatilho do sentido) e do infopoder da computação, tal como o rastreamento de nossos dados em modo ininterrupto, efetivando de quando em quando a IA e com ela a fissura da mestria algorítmica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por mais que a discussão teórica aponte a necessidade de trocarmos as expressões *fake news*, “informações falsas” e “notícias falsas” por “mensagens falsas”, ainda demora para termos uma noção aproximada do flagelo infundido pela desinfor-

mação a nos entulhar cotidianamente, bem como das sequelas em seu rastro, embaralhando a noticiabilidade legítima e a informação que informa. Ao que parece, essa situação se estenderá *ad continuum*, pois toda e qualquer atitude para sanar esse fenômeno de anomalia informacional não é mais suficiente, tamanha é a desconfiança nas mensagens informativas. Hoje a internet amplifica o volume de desinformação, escalando o número de envolvidos; a IA traz alta velocidade de propagação e conseqüente viralização com *bots* e disparos em massa, facilitando a manipulação com *deepfakes*, cada vez mais bem-feitas tecnicamente e, portanto, ilusórias a olhos e ouvidos nus. No efeito de sucessão é a vez dos algoritmos, os quais, mediante a possibilidade da arquitetura da escolha de direcionamento por meio de monitoramento das manchas de informação dos usuários (e, por tabela, de seus pares), com o pente-fino da extração desses dados (emocionais, biométricos, georreferenciados etc.), mediante também a predição de padrões comportamentais, sequenciam raspagens na segmentação algorítmica com o intuito da personalização e formação das bolhas de público-alvo – aquele que se quer atingir – e, como os vestígios de dados – tão brutos quanto

posteriormente refinados da produção social – provocam outras camadas de dados, é possível fazer correlação para influenciar as próximas ações desses *clusters* para modular pensamentos e, conseqüentemente, comportamentos, exatamente de acordo com fins ideológicos e interesses (escusos) no que querem incutir.

O conceito de “sociedade da mensagem” e a adoção do termo “mensagem” ao nos referirmos às mal chamadas *fake news* podem, assim, iluminar a compreensão das dinâmicas de desinformação presentes atualmente no ambiente das redes sociais digitais. Ao menos, alivia a confusão que o público leigo faz ao determinar que toda e qualquer FN é informação ou notícia falsa. Claro que sabemos que em qualquer profissão existem desvios e, sim, alguns jornalistas erram e erram feio. Mas não é a regra.

Contudo, por sabermos que é a partir da filtragem em meio à arrebentação de conteúdo utilizada com técnicas de *pipelining* por desinformantes experientes nos estudos de modelagem da informação, especialmente em mensageiros instantâneos que, por serem criptografados, se espalham como um enxame que se move conforme o ambiente, tanto por isso será de difícil mitigação.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, N. *Dicionário de filosofia*. Trad. Ivone Castilho Benedetti. 6ª ed. São Paulo, WMF Martins Fontes, 2007.
- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. "Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos". *Revista de Jornalismo ESPM*, n. 5. São Paulo, abr.-mai.-jun./2013, pp. 32-89.
- ARAÚJO, C. A. Á. "Correntes teóricas da ciência da informação". *Revista IBICT*, v. 38, n. 3. Brasília, set.-dez/2009, pp. 192-204. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciint/article/view/1240>.
- BARCELLOS, Z. R. et al. "Jornalismo das coisas". *Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Curitiba, Intercom, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/38qWkV7>.
- BORKO, H. "Information science: what is it?". *American Documentation*, v. 3, n. 5, 1968.
- BUCCI, E. *Existe democracia sem verdade factual?*. São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2019.
- CADWALLADR, C.; GRAHAM-HARRISON, E. "Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach". *The Guardian*. 17/mar./2018. Disponível em: <https://bit.ly/3DrpOgM>.
- CAPURRO, R. *What is angeletics?*. 2010. Disponível em: <http://www.capurro.de/angeletics.html>.
- CAPURRO, R.; HJÖRLAND, B. "O conceito de informação". *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 12, n. 1, 2007. Disponível em: <http://handle.net/20.500.11959/brapci/33134>.
- CASTELLS, M. *O poder da comunicação*. Trad. Vera Lúcia Mello Joscelyne. São Paulo/Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2015.
- GALASSI, V. "Fake news: livro traz propostas para o enfrentamento real do problema". *CUT*. Distrito Federal, 9/jun./2020. Disponível em: <https://df.cut.org.br/noticias/fake-news-livro-traz-propostas-para-o-enfrentamento-real-do-problema-9ea7>.
- GIBSON, W. *Neuromancer*. São Paulo, Aleph, 2008.
- JUNGK, I. "Simondon: uma perspectiva ontoepistemológica para a contemporaneidade". *Transobjeto*, 2017. Disponível em: <https://transobjeto.wordpress.com/2017/04/15/simondon-uma-perspectiva>.
- LATOUR, B. *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo, Editora 34, 2005.
- MARKOWSKY, G. "Claude Shannon: american engineer". *Britannica*, 1/jun./2023. Disponível em: <https://www.britannica.com/biography/Claude-Shannon>.
- PRADO, M. "Algoritmos de geração de textos do GPT-2 da OpenAI tem seu código finalmente liberado – A comunidade agradece". *Sociotramas*. 9/dez./2019. Disponível em: <https://sociotramas.wordpress.com/2019/12/09/algoritmos-de-geracao-de-textos-do-gpt-2-da-openai-tem-seu-codigo-finalmente-liberado-a-comunidade-ai-agradece/>.
- PRADO, M. "Inteligência artificial na cultura informativa e algoritmos de enganação", in L. Santaella (org.). *Inteligência artificial & redes sociais*. São Paulo, Educ, 2019, pp. 57-72.
- PRADO, M. "La credibilidad periodística en jaque: conexión entre propaganda y fake news". *Ámbitos – Revista Internacional de Comunicación*, n. 53, 2021, pp. 216-30. Disponível em: https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/53/Art_12.pdf.

- PRADO, M. *Fake news e inteligência artificial: o poder dos algoritmos na guerra da desinformação*. São Paulo, Almedina Brasil, 2022.
- RHEINGOLD, H. *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona, Gedisa, 2004.
- RHEINGOLD, H. *Smarts mobs – The next social revolution*. Disponível em: <http://www.smartmobs.com/>.
- SIQUEIRA, A. H. *Arquitetura da informação: uma proposta para fundamentação e caracterização da disciplina científica*. Tese de doutorado. Brasília, Universidade de Brasília, 2012. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/12157>.
- SOUSA, J. P. *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media*. 2ª ed. Porto, Porto Editora, 2006.
- WIENER, N. *Cybernetics or control and communication in the animal and the machine*. 2ª ed. Nova York, MIT Press, 1961.