

DESINFORMAÇÃO NA ERA DIGITAL

DISINFORMATION IN THE DIGITAL AGE

André Gustavo Corrêa de Andrade¹
Desembargador (TJRJ, Rio de Janeiro/RJ, Brasil)

ÁREA(S): direito constitucional; direito público.

RESUMO: O artigo analisa o fenômeno da desinformação e suas repercussões na política e na sociedade em geral. Busca, de início, definir o conceito de desinformação, dissociando-o de outros tipos de informação falsa ou imprecisas. Observa que o fenômeno aumentou de proporção com o desenvolvimento e a popularização das redes sociais, que permitiu a qualquer indivíduo que disponha de acesso à Internet ser criador e disseminador de conteúdo informativo. O aumento exponencial do compartilhamento de informações deliberadamente falsas trouxe, como consequência, um “declínio da

verdade” no debate público, lançando-nos no que se já se denominou de Era da Pós-Verdade. Fundamental para bem compreender o problema da desinformação e buscar soluções para ele é compreender porque as pessoas acreditam tão facilmente em informações falsas. Pesquisas na área de psicologia têm trazido contribuições importantes para a compreensão do fenômeno. A desinformação tem se tornado particularmente danosa nos campos da saúde pública e da política. Conclui o texto com observações sobre formas de enfrentamento do grave problema da desinformação.

ABSTRACT: *The article analyzes the phenomenon of disinformation and its*

¹ Doutor em Direito pela Universidade Estácio de Sá - Unesa (2018), Mestre em Direito pela Unesa (2013), Graduado em Direito pela Universidade Cândido Mendes (1984), Professor do Programa de Pós-Graduação da Unesa, Professor Conferencista da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro (EMERJ), Presidente do Fórum Permanente de Liberdade de Expressão, Liberdade de Imprensa e Mídias Sociais da EMERJ, Pesquisador do Núcleo de Pesquisa em Liberdade de Expressão, Liberdade de Imprensa e Mídias Sociais (NUPELEIMS) da EMERJ, Vice-Presidente do Fórum Permanente de Pesquisas Acadêmicas - Interlocução do Direito e das Ciências Sociais, Membro do Fórum Permanente de Hermenêutica e Decisão da EMERJ, Membro do Fórum Permanente de Pós-Humanismo e Defesa dos Animais da EMERJ, Membro do Fórum Permanente dos Direitos das Pessoas com Deficiência. E-mail: angusdrade@gmail.com. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/3519940755315773>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2257-098X>.

repercussions on politics and society in general. It seeks, at first, to define the concept of disinformation, dissociating it from other types of false or inaccurate information. It observes that the phenomenon has increased in proportion with the development and popularization of social networks, which have allowed any individual with access to the Internet to be the creator and disseminator of informational content. The exponential increase in the sharing of deliberately false information brought, as a consequence, a “decline of truth” in the public debate, throwing us into what has already been called the Post-Truth Era. Fundamental to fully understanding the problem of misinformation and seeking solutions to it is to understand why people so readily believe false information. Research in psychology has brought significant contributions to the understanding of the phenomenon. Misinformation has become particularly damaging in the fields of public health and politics. The text concludes with observations on ways to deal with the severe problem of misinformation.

PALAVRAS-CHAVE: desinformação; informações falsas; *fake news*; pós-verdade; liberdade de expressão; redes sociais; mídias sociais.

KEYWORDS: *disinformation; misinformation; fake news; post-truth; freedom of expression; social networks; social media.*

SUMÁRIO: Introdução; 1 Informação falsa e desinformação; 2 O risco de danos a terceiros; 3 Pós-verdade. Quando os fatos já não importam; 4 As diversas faces da desinformação; 5 Por que acreditamos tão facilmente em *fake news*?; 6 Dissonância cognitiva e viés de confirmação; 7 Câmaras de eco e polarização de grupo; 8 A mentira se dissemina mais rapidamente do que a verdade; 9 Cascata informacional, comportamento de rebanho e homofilia; 10 Filtros digitais; 11 Anti-intelectualismo. O culto à ignorância; 12 Desinformação em tempos de pandemia; 13 Desinformação e democracia; 14 Regular ou não regular as redes sociais, eis a questão; Considerações finais; Referências.

SUMMARY: *Introduction; 1 False information and misinformation; 2 The risk of harm to third parties; 3 Post-truth. When facts no longer matter; 4 The different faces of misinformation; 5 Why do we believe so easily in fake news?; 6 Cognitive dissonance and confirmation bias; 7 Echo chambers and group polarization; 8 A lie spreads faster than the truth; 9 Informational cascade, herd behavior and homophily; 10 Digital filters; 11 Anti-intellectualism. The cult of ignorance; 12 Disinformation in times of pandemic; 13 Disinformation and democracy; 14 To regulate or not to regulate social networks, that is the question; Final considerations; References.*

INTRODUÇÃO

A disseminação de informações deliberadamente falsas ou distorcidas, ou *fake news*, para utilizar a expressão que ganhou popularidade após as eleições para a Presidência dos Estados Unidos de 2016, é representativa de um dos mais sérios abusos da liberdade de imprensa e da liberdade de expressão em geral, constituindo uma ameaça para a própria democracia.

Trata-se de fenômeno que não é novo e que se identifica com a própria história da comunicação humana e da imprensa, mas que adquiriu uma dimensão muito maior e mais preocupante nos tempos atuais, em que uma publicação falsa em uma rede social digital leva poucos minutos para se tornar viral, podendo provocar danos incomensuráveis a reputações, carreiras políticas e, em certos casos, até à vida das pessoas.

Partindo da identificação do fenômeno da desinformação, o presente texto se propõe a trazer algumas reflexões sobre o porquê de ele ser tão pervasivo na sociedade moderna. Compreender as razões de um problema é condição necessária para enfrentá-lo adequadamente. Ao final, traz considerações sobre como lidar com o problema da desinformação, sem comprometer o princípio da liberdade de expressão.

1 INFORMAÇÃO FALSA E DESINFORMAÇÃO

A expressão *fake news* tem sido comumente utilizada em diversos meios de comunicação para designar qualquer tipo de informação considerada inverídica ou factualmente errada, independentemente da consciência da falsidade por parte do autor ou disseminador da mensagem, e a despeito de sua capacidade de provocar danos a terceiros.

Considerando a imprecisão e o uso político da expressão, estudiosos do tema sugerem a substituição do termo. Com efeito, a fim de evitar confusões conceituais, é recomendável empregar uma terminologia mais precisa, que considere os diferentes tipos de falsidade, merecedores de tratamento distinto.

Uma diferenciação necessária é a que separa as informações falsas ou imprecisas que são difundidas por erro, ou seja, sem consciência da falsidade, daquelas que são disseminadas com consciência de que não correspondem à verdade.

Em língua inglesa, as notícias falsas, em geral, independentemente do intuito do agente, recebem a denominação de *misinformation*. O termo é genérico, englobando tanto a difusão de notícia falsa por erro ou ignorância quanto à falsidade deliberada ou intencional.

Já a notícia ou manifestação emitida com o propósito de enganar, ludibriar ou confundir terceiros caracteriza a *desinformação* (*disinformation*). Ela ocorre quando a falsidade é deliberada, as informações são maliciosas, fabricadas, inventadas, tiradas de contexto e disseminadas com a consciência de sua falsidade ou inexatidão. Há, claramente, o intuito de manipular a informação. O termo *desinformação* designa, assim, as notícias fraudulentas ou falsificadas, produzidas e divulgadas em ambiente digital, com propósito lesivo².

Uma informação falsa publicada originariamente sem consciência de sua falsidade (*misinformation*) pode se transformar em *desinformação* quando ela passa a ser compartilhada ou disseminada com consciência de sua falsidade.

Uma outra categoria é a da *mal-information*, caracterizada pela informação de conteúdo verdadeiro ou baseada na realidade, mas compartilhada com má intenção ou propósito de causar dano a terceiros. Exemplo desse tipo é a disseminação de informação pessoal ou privada, como a orientação sexual de alguém, sem que haja legítimo interesse público a justificar essa informação³.

2 O RISCO DE DANOS A TERCEIROS

Uma outra distinção importante a ser feita é entre as mensagens falsas que apresentam o risco de causar danos e as que não trazem esse risco.

Há uma gama enorme de mentiras ou inverdades contadas em sociedade que são inofensivas e não demandam uma resposta jurídica. É o que ocorre, por exemplo, com as chamadas “mentiras sociais” que contamos para evitar ferir os sentimentos dos outros ou para não sermos considerados rudes, deselegantes ou desagradáveis.

² Nesse sentido, MARANHÃO, J.; CAMPOS, R. *Fake news e autorregulação regulada das redes sociais no Brasil: fundamentos constitucionais*. In: *Fake news e regulação*. São Paulo: Thomson Reuters, 2020. p. 322.

³ WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. *Journalism, fake news and Disinformation*. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/6339/2018_ireton_journalism_fake_news.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 11 nov. 2022.

É o que se dá, também, com as mentiras “benevolentes”, contadas para não agravar desnecessariamente o sofrimento de alguém, como um ente querido que se encontra em estado terminal. Há as mentiras “benéficas”, contadas para proteger a vida, a integridade ou outro interesse legítimo de alguém.

Mentimos, também, para proteger algum interesse pessoal, como a nossa privacidade ou intimidade. A esse respeito, o cronista e dramaturgo Nelson Rodrigues já dizia: “Se cada um soubesse o que o outro faz dentro de quatro paredes, ninguém se cumprimentava”.

A mentira é, até certo ponto, parte do próprio tecido social. Recorremos a ela, muitas vezes de forma automática ou inconsciente, para evitar conflitos interpessoais.

São irrelevantes, do ponto de vista jurídico, as afirmações comprovadamente falsas ou contrárias às evidências científicas que não trazem nenhum risco de dano. É o que ocorre com a afirmação de que a terra é plana, a despeito das inúmeras evidências científicas em contrário. Pode-se até argumentar que essas errôneas convicções ou falsas crenças sobre questões já firmemente estabelecidas pela Ciência são perniciosas, na medida em que podem arrastar outras pessoas a nelas acreditar. Afinal de contas, o conhecimento é um bem em si, que não deve ser desprezado. Mas o livre mercado das ideias parece ser mais do que suficiente para desacreditar ideias bizarras ou estapafúrdias. Seja como for, do ponto de vista jurídico, não há que se falar em dano.

Neste cenário, importa deixar claro que, em linha de princípio, as informações falsas merecedoras de exame e preocupação no campo jurídico são apenas aquelas que, uma vez difundidas e publicadas em meio digital ou analógico, apresentem o potencial de causar dano jurídico a terceiros, geralmente (mas não necessariamente) com o propósito de alcançar algum resultado ou ganho de natureza econômica, política ou de outra natureza.

3 PÓS-VERDADE. QUANDO OS FATOS JÁ NÃO IMPORTAM

A distorção, a dissimulação e o falseamento da verdade ganharam proporções endêmicas na era digital. Fatos são relativizados e refutados, como se fossem meras opiniões. Opiniões são consideradas fatos comprovados ou asserções que estão acima de questionamentos ou debates.

O fenômeno das *fake news* está intimamente relacionado com o conceito de *pós-verdade* (*post-truth*), segundo o qual a verdade é uma noção relativa, que tem menos relevância do que convicções ou crenças pessoais. Essa relativização da verdade, que, nos tempos atuais, tem sido levada ao paroxismo, não se confunde com a noção de *relativismo*, corrente doutrinária que, considerando as limitações do espírito humano, afirma a relatividade de todo conhecimento. Tampouco se associa às ideias sofisticadas, que se caracterizavam pela preocupação com as ideias práticas e concretas da vida em sociedade e por um relativismo em relação à moral e à verdade, com a valorização da retórica e da oratória como instrumentos de persuasão⁴.

O que se vê nas redes sociais e em outros meios digitais é tão somente o apego radical a certas crenças, sejam elas ideológicas, políticas, religiosas, ou a sentimentos e emoções, com desprezo e repúdio a argumentos, evidências ou provas factuais.

Os fatos e as evidências, então, deixam de ser a base comum da qual se parte para um debate. Sem essa base factual comum, subsistem apenas as paixões políticas e ideológicas. Pode-se dizer qualquer coisa sobre qualquer coisa.

Esse “declínio da verdade” está presente, principalmente, no debate político e no debate público sobre questões políticas, em que se percebe o crescimento da polarização de grupos, cada vez mais entrincheirados e impermeáveis a informações que sejam vistas como ameaças às ideias e opiniões do grupo⁵.

Em tempos de pós-verdade, não há fatos incontestáveis ou inquestionáveis, mas apenas versões ou narrativas. A credibilidade do que é dito, com frequência, depende de quem o diz ou sobre quem se diz, e não do conteúdo em si da mensagem.

A crença cega se sobrepõe à evidência. Quando as evidências são apresentadas e se mostram irrefutáveis, elas são simplesmente rejeitadas sob

⁴ Sobre a “sofística”, vejam-se: JAPIASSU, H.; MARCONDES, D. *Dicionário Básico de Filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990. p. 228; ABBAGNANO, N. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p. 918.

⁵ Veja-se: KAVANAGH, J.; RICH, M. D. *Truth Decay: Na Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Life*. Rand Corporation, 2018.

a acusação de que constituem *fake news*, sem nenhum tipo de consideração ou reflexão.

“*Fatos alternativos*” – Em 22 de janeiro de 2017, Kellyanne Conway, Conselheira do então Presidente dos Estados Unidos Donald Trump, durante uma entrevista a um programa de televisão, defendeu a declaração falsa do porta-voz do Presidente americano de que o público presente à cerimônia de posse fora o maior da história das posses presidenciais. Disse ela que o referido porta-voz havia fornecido “fatos alternativos” (*alternative facts*)⁶.

A expressão “fato alternativo” traz à lembrança o livro de George Orwell, 1984, que retrata uma sociedade distópica e totalitária, na qual a linguagem é utilizada como instrumento de dominação política. Nessa sociedade fictícia imaginada por Orwell, o governo criou uma língua própria, a “novilíngua” (*newspeak*), na qual eram atribuídos sentidos contraditórios às expressões, com vistas a manipular e controlar os membros da sociedade⁷. A ação essencial do “Partido”, detentor do poder nessa sociedade totalitária, é o “duplipensar”, que consiste em “usar a fraude consciente ao mesmo tempo que conserva a firmeza de propósito que acompanha a completa honestidade”, “dizer mentiras deliberadas e nelas acreditar piamente” e “negar a existência da realidade objetiva e ao mesmo tempo perceber a realidade que se nega”. É como soa a expressão “fato alternativo”, que sugere que fatos objetivos, empíricos e sujeitos à demonstração e comprovação se confundem com opiniões pessoais, de natureza subjetiva, passíveis de debate.

Mas não há como confundir fatos com opiniões. Fatos são acontecimentos que podem ser comprovados, corroborados, verificados e demonstrados por evidência ou, por outro ângulo, que são passíveis de refutação pela experiência. Opiniões constituem crenças ou julgamentos subjetivos e variáveis, que dependem do seu emissor e intérprete. Por isso já se disse que todos têm direito às próprias opiniões, mas não aos próprios fatos⁸.

⁶ Veja-se matéria publicada na *Time*. Disponível em: <https://time.com/4642689/kellyanne-conway-sean-spicer-donald-trump-alternative-facts/>. Acesso em: 11 nov. 2022.

⁷ ORWELL, G. 1984. 29. ed. Tradução: Wilson Velloso. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2004.

⁸ A frase é atribuída ao político e diplomata americano Daniel Patrick Moynihan: “*Everyone is entitled to his own opinion, but not to his own facts*” (*Daniel Patrick Moynihan: a Portrait in Letters of an American Visionary*. New York: PublicAffairs, 2010. Introdução, p. 2).

4 AS DIVERSAS FACES DA DESINFORMAÇÃO

Nem sempre a falsidade é direta ou evidente. Com frequência, ela vem mascarada ou disfarçada, de modo a não ser facilmente identificada ou rebatida.

Pode fazer uso de linguagem dúbia ou ambígua, de modo a dificultar a sua real intenção. Pode, também, fazer uso de diversas figuras de linguagem, como a ironia, o sarcasmo, a metáfora ou a hipérbole, dando ao texto ou à mensagem sentidos que vão além do seu sentido literal – quando não se afastam completamente desse sentido. Textos sempre dependem de alguma interpretação e podem ser criados para iludir ou manipular o leitor.

A falsidade da mensagem pode decorrer, também, não de seu conteúdo textual, mas da forma ou do modo como ela é apresentada. Ela pode vir fora de contexto ou incompleta, parcial ou fragmentada, com omissão de detalhes importantes, levando o receptor a equívocos graves.

Frequentemente, há a sobreposição ou o entrelaçamento de fatos e opiniões, fazendo com que não se consiga distinguir facilmente uns dos outros. As opiniões vêm, então, alicerçadas em premissas factuais falsas. Com essa tática, o autor ou emissor da mensagem busca eximir-se de responsabilidade, ao argumento de que está “apenas expondo a sua opinião”, quando o que faz, em realidade, é apresentar um ponto de vista apoiado sobre uma falsidade.

Pode indicar ou sugerir a existência de relação de causalidade entre fatos verdadeiros que são meramente correlatos. Pode apresentar dados estatísticos sem a indicação da fonte. Pode, também, se valer de fontes ilegítimas, não confiáveis ou suspeitas.

Enfim, inúmeras são as formas que a falsidade assume, tornando difícil a sua identificação e, por consequência, o seu controle.

5 POR QUE ACREDITAMOS TÃO FACILMENTE EM *FAKE NEWS*?

Tendemos a acreditar naquilo que nos é dito, mesmo quando temos boas razões para duvidar. Essa é uma tendência humana. Viver em uma sociedade complexa e plural, na qual nos comunicamos todo o tempo, exige um considerável grau de confiança recíproca. A vida em sociedade seria extremamente difícil, quando não impossível, se constantemente duvidássemos uns dos outros.

Essa tendência em acreditarmos acriticamente naquilo que lemos ou nos é contado constitui o que se denominou de “viés de verdade-padrão” (*truth-default bias*)⁹.

Pense-se na quantidade de mensagens, *tweets*, artigos, *e-mails* e outros tipos de informações que recebemos diariamente. Pense-se agora quantas vezes questionamos a veracidade dessas informações. Muito provavelmente, iremos presumir que todas ou quase todas essas informações são verdadeiras.

Faz sentido que assim o seja, porque a comunicação humana é, em sua imensa maioria, honesta. É essa presunção de honestidade que torna a vida em sociedade possível e confere eficiência à nossa comunicação, apesar de nos tornar mais vulneráveis à mentira e à falsidade¹⁰.

Pesquisas empreendidas por psicólogos nos últimos anos indicam que nosso cérebro funciona com dois sistemas bem distintos de pensamento:

O *Sistema 1*, que “opera automática e rapidamente, com pouco ou nenhum esforço e nenhuma percepção de controle voluntário”.

O *Sistema 2*, que “aloca atenção às atividades mentais laboriosas que o requisitam, incluindo cálculos complexos. As operações do Sistema 2 são muitas vezes associadas com a experiência subjetiva de atividade, escolha e concentração”.¹¹

Embora gostemos de acreditar que comumente agimos de forma refletida, ponderada e calculada, com base no laborioso (mas preguiçoso e lento) Sistema 2, que exige de nós um esforço mental, uma pausa para reflexão, a verdade é que operamos na maior parte do tempo através do automático Sistema 1, em que fazemos associações rápidas, a partir de nossas impressões, sensações, emoções, crenças e intuições.

⁹ LEVINE, T. R. *DUPED: Truth-default Theory and the Social Science of Lying and Deception*. University Alabama Press, 2019.

¹⁰ SUNSTEIN, C. R. *Liars. Falsehoods and Free Speech in an Age of Deception*. Oxford: University Press, 2021. p. 73.

¹¹ KAHNEMAN, D. *Rápido e devagar*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011. p. 29.

É justamente porque o nosso modo de pensar padrão é o do Sistema 1, que não nos exige muito esforço, que nos tornamos suscetíveis a acreditar em uma notícia falsa, muitas vezes passada adiante após a simples leitura do título, sem a análise do conteúdo da notícia, ou após uma leitura apressada e desatenta. Esse modo de pensar automatizado torna nossa mente mais receptiva à falsidade e, paradoxalmente, mais resistente à verdade.

Claro que os indivíduos são diferentes entre si quanto ao modo de pensar. Alguns são mais cautelosos e com mais capacidade ou disposição de raciocínio, estando mais próximos do Sistema 2, enquanto outros são mais impulsivos e com menos aptidão ou disposição para raciocínios elaborados, estando mais próximos do Sistema 1¹².

Isso faz com que algumas pessoas, mais do que outras, quando expostas, por exemplo, à publicação de uma matéria ou postagem indicando que uma vacina pode causar danos colaterais graves em crianças, permaneçam com uma sensação de medo e desconfiança mesmo depois de essa informação ser apontada como totalmente falsa ou sem base científica.

Esse fenômeno, caracterizado pela dificuldade dos indivíduos de processar informações conflitantes, levando-os a permanecer acreditando na informação inicial, foi denominado de “miopia metacognitiva” (*meta-cognitive myopia*). Como nossa mente opera primordialmente pelo Sistema 1, estamos mais suscetíveis a acreditar na informação primária, sobre um suposto fato ou acontecimento, do que na “metainformação”, que é uma informação sobre outra informação¹³. Duvidar da veracidade de uma informação ou de uma notícia exige reflexão, um esforço, uma postura mental ativa que não é exigida de nossa mente quando somos impactados pela notícia falsa. Como consequência, muitas pessoas persistirão acreditando na notícia falsa, mesmo depois de ela ter sido cabalmente desmentida. Em outras palavras, a primeira e falsa impressão geralmente é a que fica.

¹² *Ibidem*, p. 64.

¹³ PANTAZI, M.; KLEIN, O.; KISSINE, M. Is Justice Blind or Myopic? *Judgement & Decision Making*, v. 15, n. 2, p. 214, mar. 2020.

6 DISSONÂNCIA COGNITIVA E VIÉS DE CONFIRMAÇÃO

Todos nós somos formados por ideias, sentimentos, crenças e convicções pessoais acerca do mundo que nos rodeia. Esses construtos mentais forjam a nossa personalidade e o nosso caráter, contribuindo para a formação de nossa identidade. É, também, o que nos identifica como seres sociais, nos aproximando de determinados grupos e nos apartando de outros.

Muitas vezes, no entanto, ocorre de nos depararmos com informações que contrariam nossas crenças, opiniões e até nosso comportamento. A percepção de duas cognições que são psicologicamente inconsistentes cria, então, uma “dissonância cognitiva” (*cognitive dissonance*), expressão usada para descrever a sensação de desconforto psicológico do indivíduo que se vê diante de informações conflitantes acerca de suas crenças, seus valores ou suas atitudes¹⁴.

Em certos casos, nos quais a dissonância se refere a crenças e opiniões particularmente sensíveis ou importantes (como costuma ser o caso daquelas que envolvem a política, a moral e a religião), o indivíduo se vê ameaçado e afetado em sua própria identidade.

Em tal situação, o indivíduo tende a eliminar ou reduzir essa dissonância. E o faz adotando uma das seguintes atitudes: a) mudando sua opinião ou seu comportamento, para que fique em consonância com a nova informação recebida; b) escondendo sua opinião de outros, evitando debates sobre o tema e ignorando fontes de informação contrárias à sua crença; ou c) buscando justificativas ou racionalizações em apoio à sua crença, ideia ou opinião.

Nesta última hipótese, ocorre o “viés de confirmação” (*confirmation bias*), fenômeno psicológico caracterizado pela tendência dos indivíduos de favorecer informações que confirmam suas crenças ou ideias preexistentes e desconsiderar aquelas que a contrariam.

O indivíduo com esse viés passa a buscar apenas fontes que confirmem ou apoiem as suas crenças ou os seus valores, ignorando evidências que indiquem que ele está errado. Confrontado com uma informação nova que contrarie suas crenças, o indivíduo busca, então, uma interpretação que lhe seja favorável,

¹⁴ O conceito de dissonância cognitiva foi desenvolvido por Leon Festinger em seu livro *A Theory of Cognitive Dissonance* (Stanford: University Press, 1957).

por mais absurda que seja, rejeitando toda e qualquer interpretação contrária, a despeito de sua razoabilidade.

Tendem, ainda, a recordar notícias que reforcem suas convicções, mesmo quando desmentidas ou apontadas como falsas. No extremo do viés de confirmação, as opiniões se transformam em dogmas inquestionáveis, nos quais a pessoa acredita cegamente, contra toda e qualquer prova.

Quanto mais importante for uma opinião ou convicção pessoal, mais a pessoa tenderá a rejeitar informações que a contrariem, restando inclinado a procurar justificações ou opiniões que a suportem. Temas como política, moral e religião costumam ser particularmente sensíveis para algumas pessoas, que apresentam uma visão fortemente arraigada, impermeável a posições contrárias.

As pessoas, em geral, são mais propensas a aceitar diferentes pontos de vista quando se trata de questões ou temas dos quais estejam emocionalmente distantes ou que não façam parte de seu principal campo de interesses. Mas são fortemente resistentes a processar e aceitar informações que colidam com suas crenças mais caras e arraigadas, ainda que se vejam confrontados por fortes evidências.

7 CÂMARAS DE ECO E POLARIZAÇÃO DE GRUPO

O viés de confirmação tende a ser reforçado pelas chamadas “câmaras de eco” (*echo chambers*), expressão metafórica que faz referência a ambientes específicos da *web* nos quais pessoas de um grupo compartilham das mesmas ideias e opiniões, sem margem para dissensos. Pode tanto ser um espaço que reúne pessoas com ideias e visões políticas semelhantes quanto um dedicado a uma “teoria da conspiração” específica. Dentro de um desses espaços, os usuários compartilham informações semelhantes, basicamente “ecoando” umas às outras¹⁵.

Em um ambiente no qual todos compartilham da mesma opinião, o indivíduo tem suas crenças reforçadas e passa a desconsiderar pontos de vista distintos. No que diz respeito a questões políticas, os membros do grupo

¹⁵ A respeito, veja-se texto publicado pelo *World Economic Forum*, em 14.01.2016. Disponível em: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/q-a-walter-quattrociocchi-digital-wildfires/>. Acesso em: 11 nov. 2022.

acabam desenvolvendo uma “visão de túnel”, tornando-se cegos a opiniões discordantes¹⁶.

Exemplo típico de uma câmara de eco é o dos grupos antimáscara e antivacina, que proliferaram durante a pandemia de Covid-19. Os membros desses grupos rejeitam as informações trazidas pela comunidade científica e se alimentam reciprocamente com teorias conspiratórias estapafúrdias e afirmações não baseadas em evidências. Os integrantes desses grupos não questionam as informações falsas trocadas entre eles e não buscam nenhuma comprovação de sua veracidade. Se alguém já se encontra predisposto a acreditar que as máscaras e as vacinas fazem mal à saúde ou são ineficazes, irá simplesmente acreditar em qualquer informação que reforce essas ideias.

Nesses ambientes, é comum a disseminação de rumores e informações não baseadas em evidências. Como os integrantes compartilham da mesma ideologia, não há preocupação com checagem das fontes e com a veracidade das mensagens, que reforçam as ideias de todo o grupo. Membros das câmaras de eco acabam se tornando dependentes das fontes internas de informação. Fontes externas que apresentam posições contrárias são ignoradas ou rejeitadas. Vozes eventualmente dissidentes dentro do grupo acabam sendo desacreditadas e excluídas.

As câmaras de eco tendem a influenciar as emoções dos integrantes e reforçar a “polarização de grupo” (*group polarization*), fenômeno estudado na psicologia social, consistente na exacerbação e radicalização das posições originárias dos indivíduos que integram esses espaços. Quem entra em um desses ambientes tende não apenas a confirmar, mas também a reforçar suas opiniões preconcebidas, que se tornam mais e mais impermeáveis a opiniões e argumentos contrários. Na medida em que veem suas ideias serem confirmadas por outros, os indivíduos sentem-se mais fortalecidos e confiantes e tendem a avançar em direção a pontos de vista, decisões e atitudes mais extremos do que aqueles que inicialmente mantinham¹⁷.

¹⁶ MODGIL, S.; SINGH, R. K.; GUPTA, S.; DENNEHY, D. *A confirmation bias view on social media induced polarisation during Covid-19*. Disponível em: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10796-021-10222-9.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2022.

¹⁷ SUNSTEIN, C. *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: University Press, 2017. p. 67.

8 A MENTIRA SE DISSEMINA MAIS RAPIDAMENTE DO QUE A VERDADE

No mundo digital, as pessoas são diariamente bombardeadas com uma quantidade enorme de informações, muitas delas contraditórias entre si. Há a sensação de que não é possível, diante de cada informação nova que chega, parar para refletir e analisar cuidadosamente uma a uma, de modo a que se chegue a uma conclusão mais bem informada.

Essa verdadeira avalanche informacional tem levado a uma “fadiga de informação”, que contribui para o embotamento da capacidade de analisar e julgar cada mensagem ou notícia recebida, causando uma espécie de “atrofia do pensamento”¹⁸. Perde-se, assim, a capacidade de separar o essencial do não essencial e distinguir o verdadeiro do falso.

Premidas pela necessidade de reagir rapidamente ao fluxo informacional e aos acontecimentos do mundo, as pessoas acabam por interpretar as informações recebidas de um ponto de vista emocional e subjetivo, formando preconceitos e estereótipos de vários tipos.

Estudo realizado por acadêmicos do MIT descobriu que as notícias falsas têm uma propensão a se espalhar mais rapidamente no Twitter do que notícias reais, e isso por uma margem substancialmente maior. Além disso, descobriram que a disseminação de informações falsas não se deve apenas ao uso de *internet bots*. As notícias falsas são mais rápidas no Twitter porque muitas pessoas, de carne e osso, “retweetam” essas notícias. Ou seja, as pessoas, não os robôs, são os principais responsáveis pela maior disseminação de *fake news*¹⁹.

O estudo trouxe descobertas preocupantes: notícias falsas têm 70% mais chances de serem “retweetadas” do que histórias verdadeiras; histórias falsas se disseminam seis vezes mais rapidamente do que as verdadeiras para atingir 1.500 pessoas; quando se tratam de cadeias ininterruptas de “retweets”, as falsidades atingem uma “profundidade de cascata” de nível 10 (ou seja, a informação enviada é repassada sucessivamente até atingir 10 pessoas em

¹⁸ HAN, B.-C. *No Enxame*. Reflexões sobre o digital. Lisboa: Relógio D'Água, 2016. p. 74.

¹⁹ VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. *The Spread of True and False News Online*, 2018. Disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>. Acesso em: 10 nov. 2022.

cadeia) a uma velocidade 20 vezes maior do que as notícias verídicas ou factuais levam para fazer o mesmo percurso²⁰.

Os pesquisadores observaram que o grau de novidade e as reações emocionais dos destinatários podem ser responsáveis pelas diferenças observadas. Com efeito, rumores e notícias surpreendentes, provocativas e que apelam para o lado emocional tendem a ser mais populares do que aquelas que não apresentam tais características. Notícias sobre temas políticos também costumam apresentar maior interesse.

Mensagens falsas não apenas são mais excitantes, mas também oferecem explicações simples e compreensíveis para os acontecimentos. A verdade, por sua vez, raramente é simples e evidente. Desfazer ou desmontar uma mentira comumente exige uma explicação elaborada e complexa. A mentira é “performática” e atraente; a verdade, por vezes, é percebida como “chata” e desinteressante.

9 CASCATA INFORMACIONAL, COMPORTAMENTO DE REBANHO E HOMOFILIA

Além disso, as falsidades, com frequência, se disseminam em alta velocidade como resultado de um “efeito cascata” (*cascade effect*). A “cascata informacional” ou “cascata de informações” (*information cascade*) é um fenômeno, estudado na Psicologia e na Economia Comportamental, que ocorre quando indivíduos, de forma sequencial, desprezam as próprias informações pessoais em favor da opinião, do comportamento ou dos sinais de terceiros. Isso faz com que a opinião de um indivíduo, por imitação, passe a ser a causa direta da opinião de vários outros, seguidores, gerando um “efeito cascata” ou “bola de neve” (*snowball effect*)²¹.

Está ligado ao “comportamento de rebanho” (*herd mentality*), caracterizado pela tendência ou inclinação dos indivíduos de fazer parte de um grupo, adotando ideias, comportamentos e ações dos integrantes desse grupo. No comportamento de rebanho ou de manada, os indivíduos agem mecanicamente, por repetição, ignorando ou não suas informações privadas.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ SUNSTEIN, C. #*Republic*. Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton: University Press, 2017. p. 83.

Já, em relação à cascata de informações, os indivíduos ativamente afastam as informações privadas de que dispõem para seguir a decisão de outras pessoas. Trata-se, pois, de fenômeno associado à adoção e ao compartilhamento de crenças ou opiniões²².

Entre as principais forças que impulsionam as cascatas informacionais está a “homofilia” (*homophily*), fenômeno estudado na Sociologia e observado nas redes sociais, caracterizado pela maior tendência de os indivíduos se associarem e se relacionarem com outros que compartilhem semelhanças, em termos de gostos, interesses, inclinações políticas, religião, educação, gênero e outras características sociais. Esse fenômeno ajuda a compreender o porquê de determinadas informações tenderem a se disseminar mais em certos grupos, nos quais os seus integrantes, por terem visões de mundo semelhantes, tendem a reforçar as suas posições mutuamente²³.

O problema da cascata informacional reside no fato de que as pessoas, ao se basearem na opinião ou informação de outras pessoas, não se dão conta de que os indivíduos que eles seguem também agem influenciados pelas informações de terceiros, que, por sua vez, também foram influenciados por outros, e assim sucessivamente, de modo que, ao fim e ao cabo, já não se conhece a fonte original da informação. É como se o cego estivesse guiando o cego²⁴. E é aí que as *fake news* são disseminadas tão rapidamente.

10 FILTROS DIGITAIS

Essa tendência psicológica é potencializada pelos mecanismos de busca na Internet e nas redes sociais, que, com os seus algoritmos, constroem os

²² ÇELEN, B.; KARIV, S. *Distinguishing Informational Cascades from Herd Behavior in the Laboratory*. Disponível em: https://eml.berkeley.edu/~kariv/CK_II.pdf. Acesso em: 10 nov. 2022; DOTEY, A.; ROM, H.; VACA, C. *Information diffusion in Social Media*. Disponível em: https://eml.berkeley.edu/~kariv/CK_II.pdf. Acesso em: 10 nov. 2022.

²³ MCPHERSON, M.; SMITH-LOVIN, L.; COOK, J. M. Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1):415-444, 2001. No mesmo sentido, RECUERO, R.; GRUZD, A. *Cascatas de fake news políticas: um estudo de caso no Twitter*. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvxg4btPzLYdxXk77rGrmJS/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 10 nov. 2022.

²⁴ SUNSTEIN, C. *Conformity: The Power of Social Influences*. New York: University Press, 2019. p. 8. Veja-se, também, DESTRI, M. D. D. *Minimalismo judicial: alternativa democrática de atuação do Poder Judiciário em uma sociedade pluralista a partir da perspectiva de Cass R. Sunstein*. Dissertação de Mestrado, 2009. p. 41. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/93202/274135.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 11 nov. 2022.

perfis dos usuários, filtrando e exibindo as informações que estejam mais de acordo com tais perfis.

Os filtros *on-line*, a partir das buscas que realizamos na Internet, examinam aquilo de que aparentemente gostamos ou fazemos. Começam, então, a criar uma teoria, em constante processo de refinamento, sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir²⁵. Esses mecanismos acabam por conceber um universo de informações específico e sob medida para cada um de nós, alterando o modo como nos deparamos com as ideias e informações.

Ao nos direcionar para aquilo que nos deixa supostamente mais confortável psicologicamente, o filtro nos reduz e empobrece, pois nos afasta daquilo que é diferente ou contrário ao nosso perfil. Em consequência, alguém que é mais conservador ou mais liberal tenderá a receber informações que mais se encaixem nesse perfil, em um constante processo de retroalimentação que subtrai o recebimento de informações que desafiem suas convicções. O autor e ativista político da Internet Eli Pariser observou: “Cada vez mais, o monitor do nosso computador é uma espécie de espelho que reflete nossos próprios interesses, baseando-se na análise de nossos cliques feita por observadores algorítmicos”²⁶.

O mais grave é que isso ocorre de forma invisível, sem que nos demos conta. Acabamos por ficar presos em um mundo digital personalizado, pasteurizado e unidimensional. De um lado, perdemos a possibilidade de experiências e informações novas, distintas daquelas que os algoritmos consideram indicadas pelo nosso perfil. De outro, acabamos separados em tribos ou grupos de pessoas que compartilham as mesmas ideias e convicções.

Não é difícil perceber o quanto essa “bolha de filtros” pode afetar nossa capacidade de decidir a forma como queremos viver. Quando entramos em uma bolha de filtros, as empresas que as criaram é que escolhem as opções que devemos conhecer, criando, assim, uma espécie de “determinismo

²⁵ ZUBOFF, S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. 1. ed. Public Affairs, 2019.

²⁶ Veja-se, a respeito, PARISIER, E. *O filtro invisível: o que a Internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

informativo”. Assim, no ambiente *on-line*, já não somos verdadeiramente autônomos nem inteiramente livres para dirigir nossas escolhas²⁷.

11 ANTI-INTELLECTUALISMO. O CULTO À IGNORÂNCIA

A disseminação e o compartilhamento de notícias falsas durante a pandemia de Covid-19 foram potencializados pela predisposição anti-intelectualista de determinados grupos sociais²⁸. Esse sentimento pode ter várias fontes. Pode decorrer do favorecimento de crenças religiosas e morais que contrastam com o consenso técnico especializado; pode ser fruto da noção de que o conhecimento especializado pode ser adequadamente substituído por um conhecimento prático individual e pelo “bom senso”; pode, também, derivar da percepção de que especialistas e intelectuais são integrantes de uma elite social exploradora, que busca explorar as pessoas comuns com sua posição de poder. Qualquer que seja a fonte, o resultado é uma desconfiança generalizada em relação aos intelectuais e à autoridade especializada²⁹.

Em 1980, Isaac Asimov já denunciava o que chamou de “culto à ignorância”: “A tensão do anti-intelectualismo tem percorrido constantemente toda a vida política e cultural, alimentada pela falsa noção de que democracia significa que ‘minha ignorância é tão boa quanto o seu conhecimento’”³⁰.

Esse sentimento é, com frequência, explorado na retórica de políticos populistas, geralmente conservadores (mas não necessariamente), que se apresentam como antissistema ou *anti-establishment*.

Em um comício no Estado do Wisconsin, no início de 2016, o então candidato republicano à presidência dos EUA Donald Trump – que já fora criticado por seu desconhecimento sobre temas básicos de políticas públicas

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ O *anti-intelectualismo* é o sentimento de desconfiança, desprezo e até de hostilidade que certos grupos sociais nutrem em relação a especialistas e intelectuais (nos campos da ciência, da arte, da literatura e da educação em geral) (HOFSTADTER, R. *Anti-intellectualism in American Life*. Alfred A. Knopf (editor), 1963). O autor, historiador norte-americano, foi o pioneiro no estudo do fenômeno do anti-intelectualismo.

²⁹ Veja-se HUANG, E.; DORSEY, J.; MOSTELLER, C.; CHEN, E. Understanding Anti-intellectualism in the US. *Studio ATAO*, 2021. Disponível em: <https://www.studioatao.org/post/understanding-anti-intellectualism-in-the-u-s#viewer-er08>. Acesso em: 10 nov. 2022.

³⁰ ASIMOV, I. A cult of ignorance. *Newsweek*, 21 jan. 1988. Disponível em: https://aphelis.net/wp-content/uploads/2012/04/ASIMOV_1980_Cult_of_Ignorance.pdf. Acesso em: 10 nov. 2022.

- demonstrou seu desdém pelos especialistas, dizendo: “Os especialistas são terríveis!”³¹

Quando a Covid-19 se tornou uma crise mundial, afetando enormemente os EUA, Trump e seus aliados políticos – que sempre minimizaram a gravidade do vírus e advogaram pela desnecessidade de várias medidas para combatê-lo – empreenderam uma campanha para desacreditar o imunologista Anthony Fauci, considerado o principal especialista em Covid-19 do País e diretor do Instituto Nacional de Alergia e Doenças Infecciosas desde 1984.

Em 6 de janeiro de 2022, o então Presidente Jair Bolsonaro deu uma entrevista na qual levantou suspeitas infundadas sobre a vacinação contra a Covid-19 de crianças de 5 a 11 anos, após a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) ter liberado a vacina para essa faixa etária. Na entrevista, Bolsonaro afirmou que não tinha conhecimento de caso de criança nessa faixa etária que tivesse morrido de Covid-19, muito embora, na ocasião, dados do próprio Ministério da Saúde indicassem que 311 brasileiros entre 5 e 11 anos haviam morrido da doença no País desde o início da pandemia até 5 de janeiro de 2022. O Presidente também insinuou que haveria “interesses” de técnicos da Anvisa na aprovação das vacinas para crianças. Em dado momento da entrevista, em uma manifestação típica do anti-intelectualismo, que coloca a experiência da “pessoa comum” acima do conhecimento do especialista, Bolsonaro sugeriu: “Converse com seus vizinhos. Quanto garoto contraiu Covid e não aconteceu absolutamente nada com ele”³².

A desconfiança e o desdém em relação ao conhecimento especializado foram, sem dúvida, exacerbados com a profusão de notícias e informações disponíveis na Internet e nas redes sociais. A Era da Informação criou cidadãos que acreditam que são especialistas em tudo³³.

³¹ ALLY, M.; PIPER, J. *Politico*. Disponível em: <https://www.politico.com/blogs/2016-gop-primary-live-updates-and-results/2016/04/donald-trump-foreign-policy-experts-221528>. Acesso em: 10 nov. 2022.

³² Veja-se reportagem com o vídeo em: https://www.youtube.com/watch?v=VYbzrAPr_zs.

³³ NICHOLS, T. *The Death of Expertise: The Campaign Against Established Knowledge and Why it Matters*. Oxford: University Press, 2017. p. 5.

12 DESINFORMAÇÃO EM TEMPOS DE PANDEMIA

As *fake news* se tornaram um problema de saúde pública durante a pandemia de Covid-19, com a disseminação de informações falsas de vários tipos, como as que buscavam minimizar os riscos trazidos pelo novo vírus, apontavam para falsos perigos em relação às vacinas aprovadas pelos órgãos de saúde ou recomendavam o uso de substâncias sem eficácia para combater o vírus. A Organização Mundial de Saúde, em 2020, em um relatório sobre a Covid-19, se referiu a essa superabundância de informações falsas sobre a pandemia como uma “infodemia”³⁴.

Pesquisa realizada pela Escola Nacional de Saúde Pública da Fiocruz identificou vários tipos de *fake news* relacionadas à Covid-19. A maioria se referia a mensagens que: a) ensinavam métodos caseiros, sem nenhuma eficácia, para prevenir o contágio pelo vírus; b) mostravam métodos caseiros para a própria cura da doença; c) defendiam o uso de substâncias sem comprovação científica para tratamento da Covid-19, como a ivermectina (remédio indicado para atuar contra vários parasitas e vermes), a cloroquina e a hidroxicloroquina (medicamento para tratamento da malária, também utilizado para tratamento de artrite, lúpus e outras patologias), cujo uso, a despeito disso, foi irresponsavelmente sugerido e defendido pelo então Presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, e pelo então Presidente do Brasil, Jair Bolsonaro; d) alegavam que o novo coronavírus seria uma farsa ou estratégia política; e) criavam teorias conspiratórias, afirmando, sem nenhuma base probatória e contra o que diz a comunidade científica, que o novo coronavírus fora criado em laboratório na China; e f) negavam a gravidade da doença e pregavam a desnecessidade do distanciamento social, do uso de máscaras ou de álcool gel³⁵.

Essas e outras *fake news* foram disseminadas não apenas por pessoas comuns do povo, mas, o que é muito mais grave, por governantes e líderes políticos, cujas mensagens têm grande alcance e poder de convencimento.

³⁴ WORLD HEALTH ORGANIZATION. *Novel Coronavirus (2019-nCoV) Situation Report – 13*. Disponível em: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>.

³⁵ Veja-se matéria publicada no portal da Fiocruz. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/estudo-identifica-principais-fake-news-relacionadas-covid-19>. Acesso em: 10 nov. 2022.

Em uma série de entrevistas ao jornalista Bob Woodward, gravadas para um livro a partir de 7 de fevereiro de 2020, o então Presidente Donald Trump reconheceu que, embora tivesse sido informado por seus principais conselheiros que o novo coronavírus era mais mortal que qualquer tipo de gripe comum e poderia ser transmitido pelo ar, podendo mesmo ser equiparado com a pandemia de 1918, que matou milhões de pessoas ao redor do mundo, minimizou a gravidade do vírus para o povo americano e que preferia continuar a fazê-lo. Argumentou que não queria criar pânico na população³⁶.

O então Presidente Jair Bolsonaro, como seu homólogo norte-americano, também buscou, desde o começo, minimizar a gravidade da pandemia e do novo coronavírus, que comparou a uma “gripezinha”. Atuou abertamente contra as medidas sanitárias de prevenção da disseminação da doença, recomendadas pelos órgãos de saúde, como o uso de máscaras e distanciamento social. Foi ainda mais longe, ao incentivar o tratamento da Covid-19 com o uso de substâncias sem eficácia comprovada para o combate da doença ou melhoria dos pacientes, como a hidroxicloroquina e a ivermectina, que chegaram a ser compradas em grandes quantidades pelo governo.

Em uma de suas *lives*, Bolsonaro declarou falsamente que a OMS não recomendava a aplicação de vacinas contra a Covid-19 em adolescentes, quando a entidade internacional de saúde já havia indicado que o imunizante da Pfizer poderia ser dado a adolescentes a partir dos 12 anos de idade³⁷. Em outubro de 2021, o YouTube retirou do ar vídeo no qual o então Presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, divulgou notícia falsa e irresponsável que associava a vacina contra a Covid-19 à Aids³⁸.

Estima-se que mensagens falsas como essas, que vão na contramão das evidências científicas, tenham provocado milhares de mortes acima do esperado. Além disso, colocaram em risco a saúde e a vida das pessoas, enfraquecendo as medidas de combate à pandemia, as quais dependiam, em grande medida, da cooperação da coletividade. Por fim, contribuíram e ainda

³⁶ Veja-se, a respeito, matéria de Arnd Riekmann, publicada na *DW Brasil* em 02.10.2020, com o título “Trump: maior disseminador de *fake news* sobre Covid-19”.

³⁷ Veja-se matéria publicada no *site da Uol*, em 16.09.2021, intitulada “Covid: Bolsonaro mente ao dizer que OMS é contra vacinar adolescentes”.

³⁸ Veja-se matéria publicada no *Correio Brasiliense*, em 25.10.2021, intitulada “Youtube retira do ar vídeo de Bolsonaro com *fake news* sobre vacina e Aids”.

contribuem para o descrédito da própria ciência e das instituições de saúde pública.

A desinformação sobre questões envolvendo a saúde pública, em especial em tempos de pandemia, são especialmente graves. Pelo seu imenso potencial de disseminação, também constituem um tipo de “vírus”, extremamente perigoso e até letal. As mentiras, quando envolvem a saúde pública, também matam.

13 DESINFORMAÇÃO E DEMOCRACIA

A mentira sempre fez parte da política. Hannah Arendt escreveu: “Jamais alguém pôs em dúvida que verdade e política não se dão muito bem uma com a outra, e até hoje ninguém, que eu saiba, incluiu entre as verdades políticas a sinceridade”³⁹. Mas a mentira e a manipulação da verdade factual alcançaram níveis alarmantes na era das mídias digitais. A desinformação e o controle dos meios de sua disseminação passaram a ser fatores preponderantes para o êxito político, corrompendo o processo democrático.

O problema da desinformação na política se tornou objeto de intensa discussão e de vários estudos a partir da campanha para as eleições presidenciais norte-americanas de 2016, em que, contra todas as previsões, acabou sendo eleito o candidato republicano Donald Trump, que teria sido beneficiado por diversas notícias falsas que buscavam lançar uma luz favorável sobre ele – como, por exemplo, a de que a sua campanha era endossada pelo Papa –, e, principalmente, pela disseminação de notícias falsas contra a sua concorrente, a candidata democrata Hillary Clinton – como a de que ela, quando Secretária de Estado do Governo Obama, teria aprovado a venda de armas a grupos islâmicos radicais, incluído o ISIS⁴⁰.

Todas essas notícias falsas foram disseminadas em larga escala nas mídias sociais com o auxílio de programas ou *softwares* (os *internet bots* ou *social media bots*), que, de forma automática e em larga escala, fazem postagens ou enviam mensagens como se fossem usuários reais, de carne e osso.

³⁹ ARENDT, H. *Verdade e política*. Texto integrante da sua obra *Entre o passado e o futuro*. 8. ed. São Paulo: Perspectiva, 2016. p. 282.

⁴⁰ A respeito dessas *fake news*, ver matéria da CNBC. Disponível em: <https://www.cnn.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html>. Acesso em: 11 nov. 2022.

As *fake news* também se fizeram presentes em processos democráticos de outros lugares, como a Grã-Bretanha, durante a campanha do Brexit, em que foram disseminadas inúmeras notícias falsas, de conteúdo xenofóbico, associando diversos problemas econômicos e sociais à entrada de imigrantes no País. Na França, as eleições presidenciais de 2017 foram permeadas por diversas notícias falsas envolvendo os respectivos candidatos.

As eleições presidenciais brasileiras de 2018 também foram alvo de diversas notícias falsas, criadas com a finalidade de influenciar a vontade dos eleitores. É o caso da afirmação falsa, em entrevista na televisão, por parte do então candidato presidencial Jair Bolsonaro, de que o seu adversário, o então candidato do Partido dos Trabalhadores, Fernando Haddad, quando à frente do Ministério da Educação, teria distribuído em escolas públicas um suposto “kit gay”, do qual faria parte um livro (*Aparelho sexual e cia.*). O chamado “kit gay” foi o termo pejorativo cunhado para fazer referência ao projeto e à cartilha de orientação para professores “Escola sem homofobia”, financiada pelo Ministério da Educação, a qual, por pressão da bancada evangélica do Legislativo e de setores conservadores, nunca chegou a ser distribuída. Além disso, o referido livro nunca fez parte do projeto⁴¹.

Ainda em relação às eleições de 2018 no Brasil, em plena campanha para o primeiro turno, foi publicado vídeo que mostrava um homem segurando uma mamadeira com o bico em formato de pênis. No vídeo, o homem alegava, falsamente, que esse tipo de mamadeira seria distribuída em creches se o candidato do Partido dos Trabalhadores chegasse ao poder⁴². Notícias fraudulentas e bizarras como essa apelam para um tema sensível para a sociedade, porque envolve a proteção de crianças. Por mais inverossímil que tais notícias pareçam, elas tocam em um nervo sensível e provocam um clima de pânico moral.

A desinformação de natureza política, principalmente quando disseminada durante o período eleitoral, é particularmente grave, porque corrói as bases do processo democrático, ludibriando o eleitor e, conseqüentemente,

⁴¹ Veja-se, a respeito matéria publicada no *Conjur*. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-out-16/ministro-tse-determina-remocao-videos-kit-gay>. Acesso em: 11 nov. 2022.

⁴² Sobre o vídeo, veja-se matéria da *Forum*. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/2022/8/25/mamadeira-de-piroca-perfis-que-espalharam-boato-em-2018-seguem-atuando-contra-pt-122234.html>. Acesso em: 10 nov. 2022.

contaminando e falsificando a sua vontade. As mentiras, quando correm desenfreadas, podem matar a democracia.

Por isso, o Código Eleitoral brasileiro (Lei nº 4.737/1965), no art. 323, tipifica como crime a divulgação, durante o período de campanha eleitoral, de fatos sabidamente inverídicos capazes de exercer influência sobre o eleitorado.

Com o intuito de combater a desinformação política, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) editou a Resolução nº 23.610/2019, cujo art. 9º-A veda a “divulgação ou compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de voto”. Posteriormente, editou a Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022, que dispõe sobre o enfrentamento à desinformação que atinja a integridade do processo eleitoral, prevendo sanções, como multa, a suspensão temporária de perfis e do registro de novos perfis, contas ou canais, e a suspensão de acesso a plataformas digitais.

A aplicação dessas normas no caso concreto nem sempre é isenta de polêmicas. Partidos e candidatos se insurgem e esbravejam quando suas mensagens são alvo de medidas sancionatórias. Argumentam que sua liberdade de expressão está sendo violada, esquecendo ou fingindo esquecer que essa liberdade tem limites e não configura um passe livre para fraudar a democracia.

14 REGULAR OU NÃO REGULAR AS REDES SOCIAIS, EIS A QUESTÃO

Um ciberespaço como um território inteiramente livre, imune a qualquer tipo de restrição ou regulação, onde a liberdade de expressão poderia ser exercitada em sua plenitude, constitui uma visão romantizada do ambiente digital, que não se sustenta sem grandes dificuldades diante dos inúmeros abusos praticados na Internet.

Os provedores de serviços de redes sociais e de mensageria privada não podem estar acima ou à margem da lei. Toda liberdade implica responsabilidade. Nesse particular, cabe lembrar do episódio envolvendo o aplicativo de mensagens Telegram, que, não tendo um representante legal para atuar em seu nome e receber intimações e notificações, simplesmente ignorava diversas decisões judiciais no Brasil, inclusive do STF. A companhia

mudou o seu comportamento elusivo a partir do momento em que viu o seu funcionamento em território nacional ameaçado de bloqueio pela Suprema Corte⁴³.

Nos tempos atuais, a verdade vem perdendo terreno para a mentira e a falsidade. A metáfora de um livre “mercado de ideias”, ao qual toda e qualquer manifestação de pensamento deveria ser submetida, para demonstrar sua força, credibilidade e aceitação, tal como idealizado por Oliver Wendell Holmes Jr.⁴⁴, certamente fazia mais sentido em uma época anterior à Internet.

O risco de danos a terceiros é o parâmetro objetivo e racional que legitima o Poder Público a, com base na Constituição Federal, agir, limitando a liberdade de expressão. Conforme indicado por Stuart Mill: “O único fim em função do qual o Poder pode ser corretamente exercido sobre qualquer membro de uma comunidade civilizada, contra sua vontade, é o de prevenir dano a outros”⁴⁵.

A autorregulação não se tem mostrado suficiente para dar conta dos diversos abusos ocorridos na Internet, entre eles o da proliferação das *fake news*. Não se pode acreditar que, no enfrentamento de mensagens e notícias falsas, companhias privadas tomarão atitudes que possam ameaçar a lucratividade e as dinâmicas de monetização do seu negócio.

A partir dessa percepção, muitos estudiosos preconizam, como solução para os abusos cometidos pelas redes sociais, a criação de diploma normativo que estabeleça um sistema de “autorregulação regulada” dos grandes provedores de serviços de Internet, através do qual seja possível associar as vantagens da autorregulação – em especial, a expertise tecnológica das redes sociais e a sua agilidade na correção de fraturas no ecossistema informacional – com as vantagens da regulação estatal – em especial, o poder de coerção e a atuação voltada primordialmente para o atendimento do interesse público.

A Alemanha deu um passo nesse sentido, com a promulgação de lei que busca combater o *hate speech* e as *fake news* nas redes sociais, a

⁴³ Para um resumo do episódio, ver matéria da *BBC News Brasil*. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-60816583>. Acesso em: 10 nov. 2022.

⁴⁴ Oliver Wendell Holmes cunhou a metáfora do “*marketplace of ideas*” no julgamento do caso *Abrams v. United States*, 250 U.S. 616, 630 (Supreme Court 1919).

⁴⁵ MILL, J. S. *Sobre a liberdade*. Tradução: Pedro Madeira. Lisboa: Edições 70, 2016. p. 39.

Netzwerkdurchsetzungsgesetz – NetzDG (Network Enforcement Act), que entrou em vigor em 01.10.2017. Como em geral acontece quando há um novo diploma legislativo, críticas e elogios foram feitos à lei alemã, dentro e fora da Alemanha.

Em âmbito transnacional, a União Europeia chegou a um acordo com o objetivo de regular, em certa medida, as mídias digitais por meio de Lei, o *Digital Services Act (DSA)*, o qual redefine, no âmbito da comunidade europeia, os padrões de regulação das grandes empresas de tecnologia, as chamadas *big techs*⁴⁶.

Na mesma época, a União Europeia aprovou o *Digital Markets Act (DMA)*, com o objetivo de impedir que grandes companhias de tecnologia digital (os denominados *gatekeepers*) imponham condições injustas a empresas e usuários finais, assim como garantir a abertura de importantes serviços digitais⁴⁷.

No Brasil, existem diplomas legais importantes que tratam de questões relacionadas à Internet, como o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018), mas não há ainda normas específicas que regulem as redes sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como quase tudo na vida, a Internet é uma ferramenta que pode ser usada para o bem ou para o mal. O seu mau uso por alguns ou por muitos não diminui sua importância como instrumento de livre disseminação de informações e ideias úteis para a sociedade.

Por isso, com todas as suas vicissitudes, a Internet deve ser vista como uma ferramenta a serviço dos indivíduos e da sociedade. Ferramenta que será tão mais útil e valiosa quanto mais livre e disseminada for a sua utilização.

Essa liberdade, por óbvio, não dispensa a autorregulação por parte dos provedores de Internet, que podem e devem empreender esforços para impedir a utilização da *web* como plataforma para desinformação, discursos de ódio extremos e para a prática de crimes e violações de direitos. Não dispensa,

⁴⁶ Informação constante do *website* da *European Commission*. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>. Acesso em: 10 nov. 2022.

⁴⁷ Informação constante do *website EUR-Lex*. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=COM%3A2020%3A842%3AFIN>. Acesso em: 10 nov. 2022.

também, a atuação de governos, por meio da implementação de normas que busquem combater abusos, excluir conteúdos lesivos, proteger a privacidade e assegurar a reparação de danos causados a terceiros⁴⁸.

Temos todos que estar permanentemente preparados para identificar e combater o discurso de ódio, as *fake news* e outras formas de abuso nas redes sociais e na Internet em geral. Devemos aprender a identificar a desinformação – buscando fontes confiáveis e recorrendo a agências de *fact checking* –, desmascarando e expondo aqueles que a produzem, estimulam e disseminam. Para isso, é importante a compreensão de como elas funcionam e como afetam as pessoas e a sociedade como um todo. É fundamental, portanto, investir na educação digital e informacional dos cidadãos (*internet and media literacy*)⁴⁹.

O Estado, nesse ponto, pode e deve desempenhar um papel importante, por meio de campanhas educativas, que busquem alertar as pessoas para os riscos das *fake news*, indicando o que se deve fazer para as identificar e denunciar.

Necessário, também, é o compromisso dos provedores de redes sociais e de mensageria privada com a agilidade no combate à desinformação e com a transparência dos seus serviços, indicando, concretamente, as razões para suas decisões de remoção ou não de mensagens, não bastando a remissão genérica a seus termos de uso. Deve haver transparência, em especial em relação aos algoritmos utilizados pelas redes sociais.

Essa ação conjunta é fundamental para a manutenção de um ecossistema informativo saudável, que restabeleça a confiança na comunicação realizada nas redes sociais.

Mas não se deve esperar um ecossistema comunicativo inteiramente livre de mensagens de ódio, *fake news* e outras formas de abuso na Internet. Não há bala de prata para eliminar todas as mensagens potencialmente nocivas. Ofensas e notícias falsas sempre vão existir. Por isso, devemos nos manter constantemente alertas e vigilantes contra aqueles que abusam da liberdade de expressão, disseminando o caos e o ódio.

⁴⁸ No Brasil, essas medidas são aplicáveis não apenas com base no Código Civil, mas com fundamento em leis especiais em boa hora promulgadas: o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).

⁴⁹ V. SOUZA, C. A.; TEFFÉ, C. S. *Fake news e eleições: identificando e combatendo a desordem internacional*. In: *Fake news e regulação*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021. p. 308. Os autores sugerem medidas importantes para o combate à desordem informacional.

O princípio garantidor da liberdade de expressão representa condição de possibilidade para a democracia, mas não deve servir de pretexto ou escudo protetor da discriminação, da mentira ou da desinformação, quando essas puderem, ainda que potencialmente, causar danos individuais e coletivos, de natureza material, moral ou política.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, N. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- ARENDDT, H. *Verdade e política*. Texto integrante da sua obra *Entre o Passado e o Futuro*. 8. ed. São Paulo: Perspectiva, 2016.
- ASIMOV, I. A cult of ignorance. *Newsweek*, 21 jan. 1988. Disponível em: https://aphelis.net/wp-content/uploads/2012/04/ASIMOV_1980_Cult_of_Ignorance.pdf. Acesso em: 10 nov. 2022.
- ÇELEN, B.; KARIV, S. *Distinguishing Informational Cascades from Herd Behavior in the Laboratory*. Disponível em: https://eml.berkeley.edu/~kariv/CK_II.pdf.
- DESTRI, M. D. D. *Minimalismo judicial: alternativa democrática de atuação do Poder Judiciário em uma sociedade pluralista a partir da perspectiva de Cass R. Sunstein*. Dissertação de Mestrado, 2009. p. 41. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/93202/274135.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 11 nov. 2022.
- DOTY, A.; ROM, H.; VACA, C. *Information diffusion in Social Media*. Disponível em: https://eml.berkeley.edu/~kariv/CK_II.pdf. Acesso em: 10 nov. 2022.
- FESTINGER, L. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: University Press, 1957.
- HAN, B.-C. *No Enxame*. Reflexões sobre o digital. Lisboa: Relógio D'Água, 2016.
- HOFSTADTER, R. *Anti-intellectualism in American Life*. Alfred A. Knopf (editor), 1963.
- HUANG, E.; DORSEY, J.; MOSTELLER, C.; CHEN, E. Understanding Anti-intellectualism in the US. *Studio ATAÓ*, 2021. Disponível em: <https://www.studioatao.org/post/understanding-anti-intellectualism-in-the-u-s#viewer-er08>. Acesso em: 10 nov. 2022.
- JAPIASSU, H.; MARCONDES, D. *Dicionário Básico de Filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.
- KAHNEMAN, D. *Rápido e devagar*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.
- KAVANAGH, J.; RICH, M. D. *Truth Decay: Na Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Life*. Rand Corporation, 2018.

LEVINE, T. R. *DUPED: Truth-default Theory and the Social Science of Lying and Deception*. University Alabama Press, 2019.

MARANHÃO, J.; CAMPOS, R. *Fake news e autorregulação regulada das redes sociais no Brasil: fundamentos constitucionais*. In: *Fake news e regulação*. São Paulo: Thomson Reuters, 2020.

MCPHERSON, M.; SMITH-LOVIN, L.; COOK, J. M. Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1):415-444, 2001.

MILL, J. S. *Sobre a liberdade*. Tradução: Pedro Madeira. Lisboa: Edições 70, 2016.

MODGIL, S.; SINGH, R. K.; GUPTA, S.; DENNEHY, D. *A confirmation bias view on social media induced polarisation during Covid-19*. Disponível em: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10796-021-10222-9.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2022.

NICHOLS, T. *The Death of Expertise: The Campaign Against Established Knowledge and Why it Matters*. Oxford: University Press, 2017.

ORWELL, G. 1984. 29. ed. Tradução: Wilson Velloso. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2004.

PANTAZI, M.; KLEIN, O.; KISSINE, M. Is Justice Blind or Myopic? *Judgement & Decision Making*, v. 15, n. 2, mar. 2020.

PARISIER, E. *O filtro invisível: o que a Internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

RECUERO, R.; GRUZD, A. *Cascatas de fake news políticas: um estudo de caso no Twitter*. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvxg4btPzLYdxXk77rGrmJS/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 10 nov. 2022.

SOUZA, C. A.; TEFFÉ, C. S. *Fake news e eleições: identificando e combatendo a desordem internacional*. In: *Fake news e regulação*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

SUNSTEIN, C. R. *Liars. Falsehoods and Free Speech in an Age of Deception*. Oxford: University Press, 2021.

SUNSTEIN, C. *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: University Press, 2017.

SUNSTEIN, C. *Conformity: The Power of Social Influences*. New York: University Press, 2019.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. *The Spread of True and False News Online*, 2018. Disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>. Acesso em: 10 nov. 2022.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. *Journalism, fake news and Disinformation*. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/6339/2018_ireton_journalism_fake_news.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 10 nov. 2022.

ZUBOFF, S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. 1. ed. Public Affairs, 2019.

Submissão em: 29.11.2022

Avaliado em: 26.12.2022 (Avaliador A)

Avaliado em: 31.01.2023 (Avaliador B)

Avaliado em: 20.04.2023 (Avaliador C)

Aceito em: 24.04.2023