

Por um advocacy contra a desinformação: entendendo a disseminação das fake news e reconfigurando o papel do profissional da informação

Leonardo Ripoll (UFSC) - leonardo_ripoll@hotmail.com

Resumo:

Apresenta o cenário da desinformação que envolve, entre outros termos, as fake news e a pós-verdade. Distingue os conceitos de misinformation e disinformation para responder as perguntas: por que ser mal informado? Por que desinformar? Tais questões apontam mudanças nas relações que os indivíduos estão tendo com a informação e que estão relacionadas à sobrecarga informacional, ao tempo, às crenças, à relativização dos discursos, à necessidade de participação online, ao lucro, à guerra informacional, ao capital social, entre outros. Diante de tal panorama, entende-se que um advocacy contra a desinformação se faz necessário: é preciso mudar a forma como os profissionais da informação lidam com a desinformação, assumindo que ela não pode ser considerada, diante de tal cenário, uma forma de informação.

Palavras-chave: *Desinformação. Fake news. Disseminação da informação. Misinformation. Disinformation*

Eixo temático: *Eixo 7: Construção e identidade profissional*



XXVIII Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação

Vitória, 01 a 04 de outubro de 2019.

Videografia: () Sim (X) Não

Introdução

O crescimento da desinformação, principalmente através das *fake news*, tem demonstrado certa urgência de se repensar as formas de consumo e disseminação da informação na *internet*. Tal demanda, afeta diretamente o trabalho de todos os profissionais da informação, incluindo, portanto, os bibliotecários e cientistas da informação.

Se antes se buscava o acesso a todo e qualquer conteúdo informacional (procurando a democratização e o enriquecimento do saber), hoje, a quantidade massiva de informações acabou justamente criando alguns fenômenos contrários ao desenvolvimento do conhecimento (como relatam, por exemplo, Moretzsohn (2017) e Ripoll e Matos (2017)). Por meio de uma pesquisa bibliográfica e exploratória, o objetivo deste trabalho é demonstrar brevemente porque a desinformação é tão propagada atualmente e porque é importante repensar o paradigma dos profissionais da informação em relação à disseminação e acesso das informações.

Desinformação: por que ser mal informado (*misinformation*)?

A desinformação, entendida aqui como a ação informacional de dados não verdadeiros (FLORIDI, 2010), está representada no atual contexto pela repercussão de vários termos como “pós-verdade”, “fatos alternativos”, “*deepfake*” e, principalmente “*fake news*”. No entanto, a desinformação ocorre em duas vias terminológicas um pouco diferentes entre si: a *misinformation* e a *disinformation*. Na *misinformation*, tal ação ocorre por engano, ou seja, o indivíduo repassa desinformação sem saber que ela não é uma informação verdadeira.

Do ponto de vista sociológico, a *misinformation* estaria associada a comportamentos que o indivíduo assumiu desde a revolução causada pelas Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC), principalmente após a criação da *internet* e da *web 2.0* (que permitiu que processos de interação instantânea

começassem a ocorrer e que o conteúdo fosse criado por qualquer pessoa conectada a rede (PRIMO, 2007)). Como indica Floridi (2010), tal revolução conduziu a sociedade a desenvolver suas ações e artefatos em torno de questões informacionais. É a partir deste panorama que termos como “sociedade da informação”, “ciberespaço” ou “infosfera” (do próprio Floridi (2010)), surgem para descrever este novo cenário onde a informação assume o papel central no cotidiano do indivíduo.

O crescimento das redes sociais (como Facebook, Twitter, Instagram), aliado à expansão das bandas de conexão (*wi-fi*, 4G, cabo de alta velocidade) e à popularização dos *smartphones*, por fim, fizeram com que uma produção constante e massiva de informação começasse a tomar conta do cotidiano do indivíduo de tal forma, que já se fala em fenômenos relacionados à sobrecarga cognitiva de informações, como a “hiperinformação” apresentada por Moretzsohn (2017).

Para Bauman (2001), este contexto permitiu uma mudança radical nas estruturas sociais de tempo e espaço, de forma que houve uma aceleração dos acontecimentos e relações, que já se dão na duração do “instantâneo”. Além disso, presencia-se uma descrença pelas instituições e grande mídia e uma relativização generalizada, que parecem fazer parte do que Lyotard (2004) definiu como características da “pós-modernidade”. Questionar informações é uma forma de ação essencial para se informar com mais profundidade e para desenvolver o pensamento crítico. Contudo, buscar um caminho para uma informação mais “pura” e “verdadeira” está influenciado pelas crenças e emoções do sujeito que o percorre e, sendo assim, ele facilmente chega ao cenário informacional construído pelos discursos de “pós-verdade”.

Junto a estes fenômenos, surge o egocentrismo das redes sociais na forma de participações que acumulem o “capital social” do indivíduo (RECUERO, 2009). A necessidade de participação nas interações de tais redes parece estar acima de qualquer outra finalidade: segundo Leite e Ardigo (2018) há indivíduos que compartilham informações que sequer leram. Viver é, cada vez mais, interagir *online* (conforme Floridi (2010) relata, a vida está migrando de tal forma para dentro da “infosfera” que, cada vez mais, as pessoas se sentirão “deslocadas” quando ficarem *offline* por algum tempo).

Sendo assim, a propagação de *misinformation* parece estar relacionada com a combinação dos seguintes fatores: sobrecarga informacional, aceleração do tempo, reforço de crenças individuais, relativização dos discursos, descrenças nas instituições e na grande mídia e necessidade de participação *online*.

Desinformação: por que desinformar (*disinformation*)?

Na *disinformation*, a ação informacional de dados não verdadeiros ocorre de forma intencional (FLORIDI, 2010). Ou seja, o indivíduo repassa desinformação porque ele pretende desinformar alguém. Existe, assim, uma intenção de perverter a realidade e instaurar algum grau de mentira na transmissão dos dados informacionais.

Pensar em razões que envolvam processos de desinformação como finalidade de ação é evocar, primeiramente, o seu contexto de criação. De acordo com Pinheiro e Brito (2014), este contexto é apresentado na Segunda Guerra Mundial, quando a desinformação foi usada enquanto estratégia para enganar o inimigo em relação a informações vitais das tropas e suas ações. Aplicado aos dias de hoje, o conceito envolveria conflito de interesses políticos e econômicos entre as nações e instituições que disputam território e “poder informacional” (BRITO; PINHEIRO, 2015) sobre o mundo e sua sociedade. Pode-se supor então que, dentro da sociedade da informação, toda guerra, seja ela política, ideológica, econômica ou militar, em nível maior ou menor, é uma “guerra informacional”. Portanto, é concebível admitir que a desinformação, antes de tudo, é um mecanismo de controle e poder das instituições que regem a sociedade.

Dentro do contexto das redes sociais, ela assume uma ação fortemente política, proliferando *fake news* e discursos de pós-verdade para confrontar ou enaltecer ideologias partidárias e institucionais. Associado a este fenômeno, surge novamente a questão do “capital social” proveniente das formas com as quais as redes sociais se desenvolveram em sua “cibercultura”. A partir da existência de processos de “monetização” para a criação de conteúdos informacionais, a disseminação de informação também vira uma questão de lucro individual e profissão. Surgem os “influenciadores digitais” (*digital influencers*) que são remunerados para divulgarem (des)informações específicas, num jogo de *marketing*, mercado e manipulação. Neste mesmo caminho ocorre o “*clickbait*”, conteúdo criado com a finalidade de atingir o maior número possível de pessoas, pois cada clique em seu *link* garante retorno financeiro ao seu criador (ROCHLIN, 2017). É pelo *clickbait* que a desinformação vira estratégia de negócio: apelar às crenças e emoções do público é uma forma também de conseguir visibilidade em tempos de “viralizações”.

Portanto, a criação de *disinformation*, por sua vez, ocorre por motivos que envolvem: lucro (*clickbait*, “monetização”), guerra informacional (política, ideológica, econômica), mecanismos de controle e poder e acúmulo de capital social para se autopromover na rede.

Reconfigurando o papel do profissional: desinformação não é informação

Ainda que as medidas de *information* e *media literacy* sejam extremamente importantes para combater à desinformação, acredita-se que é preciso uma nova forma de se delimitar a informação também. Tal delimitação, baseada em Floridi (2011), inclui dizer que a desinformação não pode ser considerada um tipo de informação. Conforme argumenta o autor, a desinformação é invalidada do ponto de vista lógico-epistemológico ao ser destituída da ação de informar a verdade. Para o autor, a informação se constitui de dados e busca conduzir ao conhecimento, e o conhecimento não é possível de ser atingido se não estiver composto pela verdade.

Portanto, em meio ao cenário crescente da desinformação, o papel do profissional da informação não deve mais ser o de considerar válido qualquer tipo de conteúdo informacional, e sim, ter o compromisso com o exercício do pensamento crítico e com a busca pela verdade ou pela informação confiável. E se a verdade em tempos pós-modernos for difícil de ser encontrada, que pelo menos aquilo que condiz com a mentira e com a desinformação, seja descartado em seu papel de mediador e disseminador do conhecimento. O *advocacy* contra a desinformação se traduz numa nova demanda de uma sociedade que não mais carece de quantidade de informação, mas de qualidade. Tal *advocacy* é, assim, uma releitura da missão do bibliotecário de Ortega y Gasset (2006): orientar o leitor no caos constante da “infosfera” é, sobretudo, saber o que realmente é informação na selva informacional.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BRITO, Vladimir de Paula; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. Poder informacional e desinformação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 8, n. 2, jul./dez. 2015. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/203/268>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

FLORIDI, Luciano. **Information: a very short introduction**. Oxford: Oxford University Press, 2010.

FLORIDI, Luciano. **The philosophy of information**. Oxford: Oxford University Press, 2011.

LEITE, Leonardo Ripoll Tavares; ARDIGO, Julibio David. Confiabilidade informacional nos conteúdos online: perfil dos estudantes de Biblioteconomia da UDESC. **Revista ACB**, [S.l.], v. 23, n. 2, p. 267-288, jul. 2018. ISSN 1414-0594.

Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1412>>. Acesso em: 06 nov. 2018.

LYOTARD, Jean François. **A condição pós-moderna**. 8. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2004.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. "Uma legião de imbecis": hiperinformação, alienação e o fetichismo da tecnologia libertária. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 294-306, nov. 2017. Disponível em: <revista.ibict.br/liinc/article/view/4088>. Acesso em: 05 jan. 2018.

ORTEGA Y GASSET, José. **Missão do bibliotecário**. Brasília, DF: Briquet de Lemos/Livros, 2006.

PINHEIRO, Marta Macedo Kerr; BRITO, Vladimir de Paula. Em busca do significado da desinformação. **DataGramZero**, v. 15, n. 6, p. A05, 2014. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/51758>>. Acesso em: 26 Jan. 2018.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E- Compós** (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

RIPOLL, Leonardo; MATOS, José Claudio Morelli. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. **Revista brasileira de biblioteconomia e documentação**, São Paulo, v. 13, p. 2334-2349, dez. 2018. ISSN 1980-6949. Disponível em: <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918>>. Acesso em: 07 dez. 2018.

ROCHLIN, Nick. Fake news: belief in post-truth. **Library high tech**, v. 35, n. 3, p. 386-392, 2017. Disponível em: <<https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/LHT-03-2017-0062>>. Acesso em: 10 jan. 2019.