
Infodemia, conceito para o campo comunicacional¹

Breno da Silva CARVALHO²
Universidade do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO: Restrito e voltado à literatura médica e da saúde, o presente artigo busca promover uma (breve) análise do termo infodemia, a fim de expandir sua aplicabilidade e pertinência para a área da comunicação – especificamente, para o campo teórico da midiatização. Para tanto, recorre-se a uma revisão bibliográfica como forma de levantar algumas de suas acepções sobre o termo, situando-o na interface com as *fake news*, a desinformação e a curadoria. Conclusivamente, observa-se a possibilidade de construção de um lócus teórico próprio e autônomo para a definição, compreensão e legitimação da infodemia no campo comunicacional.

PALAVRAS-CHAVE: infodemia; teoria da comunicação; midiatização; curadoria.

INFODEMIA: ALGUMAS ANOTAÇÕES

Segundo documento publicado pela Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) e Organização Mundial da Saúde (OMS) (2020), a infodemia ancora-se em um "grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia" (Organização, 2020, p. 2).

Ultrapassado quatro anos da vivência do contexto pandêmico, a infodemia pode e deve ser reconhecida como uma prática que se aproxima da midiatização – aqui compreendida como um processo, conforme acepção de Véron (2014). A perspectiva processual do autor reflete-se em uma compreensão histórica de longo prazo do percurso comunicativo, abrindo-se mão das "adoções cruciais" a determinados meios e dispositivos, o que poderia resultar na armadilha da validação de determinismos tecnológicos.

Além esta visão, a midiatização pode e deve ser concebida como uma "institucionalização da mediação digital" (Fausto Neto, 2010), apresentando-se de

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Departamento de Comunicação Social (DECOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e-mail: brenosc@uol.com.br.

forma mais acelerada na atualidade devido ao crescimento exponencial da conversão de fenômenos técnicos em novos meios – o que resultou em duas ocorrências:

1. A reconfiguração de tecnologias em outras práticas midiáticas, criando condições para que qualquer ator (sujeito, organização ou grupo social) aproprie-se e utilize as técnicas e as lógicas midiáticas;

2. A revisão do paradigma comunicacional até então estabelecido para as mídias, centrado na linearidade de um modelo estruturado a partir de um emissor para um receptor.

A equação formada pelo advento da internet com a explosão da mediação digital leva à formação de um campo midiático deslocado de sua posição central, devido ao acesso irrestrito às técnicas e lógicas midiáticas. Com isso, o modelo da (suposta) "linearidade" é substituído pelo da circularidade: as esferas da emissão e recepção mostram-se mais simétricas, levando à revisão – quiçá, à ruptura – da arquitetura comunicacional, bem como quebrando o controle gerencial do campo midiático.

Complementarmente, convém resgatar as quatro transformações midiáticas, propostas por Pavlik (2008) ao situar os meios na era digital. Segundo o autor, há:

1. Mudanças organizacionais, culturais e gerenciais;
2. Surgimento de novas formas de construção da narrativa, a qual passa a ser pautada pela interatividade, pela imersão e pela tridimensionalidade;
3. Alterações no modo como os profissionais de mídia fazem o seu trabalho no processo de produção de conteúdo;
4. Nova dinâmica na relação entre a mídia e o público, valendo pensar, segundo o autor, que toda a empresa é, na atualidade, uma empresa de mídia – para tanto, basta pensar em sua presença pública nas redes sociais.

No contexto da identificação dessas transformações e a partir da permanente expansão de uma sociedade digitalizada, Corrêa e Bertocchi (2012) exploram o termo "curadoria", o qual passa a abarcar a sistematização de dados em detrimento da proposição e/ou "inauguração de uma nova proposta ou visão de mundo (p. 5).

É precisamente nessa fronteira entre a infodemia e a necessidade de uma curadoria que pode ser conveniente pensar acerca da proliferação de *fake news*. Sua capacidade de articulação e espraiamento faz com que sua importância seja reforçada, sendo indispensável manter certa vigilância sobre seus princípios constitutivos, sua

estruturação e perpetuação. Para Eugênio Bucci (2020), as *fake news* configuram-se como uma modalidade específica de mentira, uma vez que "se apresentam como enunciados produzidos por uma redação profissional [...] [e] simulam uma linguagem jornalística" (Bucci, 2020, p. 38). Falsificadas essas condições, as *fake news* trazem prejuízos à vida social – inclusive, aos processos de decisórios democráticos – ao avançar sobre "os sistemas de proteção naturais e informais do debate público" (Bucci 2020, 38).

E neste diálogo com as *fake news* que a infodemia ganha extrema relevância, visto que o excesso informativo – bem como a desinformação – fazem corroer o teor informativo da produção jornalística, bem como o reconhecimento do valor da ciência na produção de saberes, além de outras ações que possam contribuir à refutação de conteúdos inverídicos e à alimentação de negacionismos.

Desta forma, conclusivamente, destaca-se uma oportunidade e um propósito com a presente reflexão: provocar a comunicação sobre suas responsabilidades educativas e reforçar seu caráter científico – obviamente, nunca esquecido – diante da imprescindibilidade da expansão do conceito da infodemia para além do campo da saúde.

Afinal, os impactos do negacionismo e da desinformação, coroados com a indústria midiática das *fake news*, espraiam-se em panoramas globais e nos diversos cenários nacionais, comprometendo a recepção e o consumo de conteúdos informativos adequados e verdadeiros, ativando narrativas espúrias – alguns delas/as com efeitos deletérios e incontornáveis para o desempenho de atividades de socialização, o convívio social, o exercício democrático, a produção de saberes, a vivência cidadã e a garantia do bem viver.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2020.

BEIGUELMAN, Giselle. Curadoria de informação. **Palestra**, ECA-USP, 2011. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/gbeiguelman/curadoria-informacao>. Acesso em: 28 jun. 2024.

BUCCI, Eugênio. News não são fake – e fake news não são news. *In*: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2020, p. 37-48.

CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. O algoritmo curador – o papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. **Anais...** 21º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Juiz de Fora, jun. 2012.

FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: FASUTO NETO, Antonio; VALDETARO, Sandra (Orgs). **Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina**. Rosário: Universidade Nacional de Rosário, 2010.

ORGANIZAÇÃO Pan-Americana da Saúde (OPAS) e Organização Mundial da Saúde - Escritório Regional para as Américas. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. **Kit de ferramentas de transformação digital** – ferramentas de conhecimento. OPAS. 2020.

PAVLIK, John. **Media in the digital age**. New York: Columbia University Press, 2008.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. In: SANTANA, R.N. Monteiro (Org). **Reflexões sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Revan, 2000.

SCHNEIDER, Marco. **A era da desinformação: pós-verdade, fake news e outras armadilhas**. Rio de Janeiro: Garamond, 2022.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, São Paulo: USP, v.8, n.1, p.13-19, janeiro/junho, 2014.