

(Des)informação Na Palma Da Mão¹

Camila Andrade Zanin²
Taís Marina Tellaroli³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo refletir sobre o uso de dispositivos móveis, a abundância da desinformação nas plataformas digitais e o papel do jornalismo neste contexto. Com a pesquisa bibliográfica, percebe-se os perigos que essa configuração significa para a democracia do país, visto que os cidadãos passam a formar opiniões e decisões baseados em informações falsas. Os resultados apontam para a crescente desinformação e deslegitimação do jornalismo neste contexto, o que significa que os meios de comunicação deverão investir em checagens de fatos, transparência e pluralidade.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Desinformação; Internet; Dispositivos móveis.

A ascensão da Internet no final do século XX como um meio de comunicação capaz de interligar pessoas de forma global. Manuel Castells (1996) conceituou de “sociedade em rede” o momento em que o corpo social passou a criar e utilizar constantemente tecnologias de informação e comunicação (TICs), e define suas relações culturais, políticas, sociais, econômicas e midiáticas em torno dos objetos de informação, Com a sociedade baseada em fluxos de informação, Lev Manovich (2000) apresenta o conceito de “nova mídia”, ao analisar as tecnologias e os meios de comunicação de massa e o processamento de dados numéricos.

A partir da conceituação de Manovich, a pesquisadora Ana Carolina Mendes (2005) verifica os efeitos da “revolução computacional” no âmbito midiático.

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 25 a 27 de maio de 2023.

² Mestranda no curso de comunicação da UFMS. camila.zanin@ufms.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do PPGCOM-UFMS. tais.fenelon@ufms.br

Na síntese dessas duas histórias está o nascimento das novas mídias. O desenvolvimento desses dois caminhos aí iniciados conduziu ao que hoje se conhece: as mais diferentes mídias são traduzidas em informação numérica acessível para o computador, sendo, assim, transformados sons, imagens e textos em conjuntos de dados digitais (MENDES, 2005, p.1).

Este encontro interdisciplinar entre computação e comunicação provoca mudanças relevantes nos dois campos, “mas é a mídia que vai passar por transformações mais radicais, uma vez que é a própria natureza da informação que é modificada na sua transformação em *bytes*” (MENDES, 2005, p.1). Enquanto nos meios de comunicação tradicionais (jornal impresso, rádio e televisão) a comunicação é centralizada, unidirecional e verticalizada, no ambiente digital o jornalismo tem se reestruturado diante do novo paradigma de comunicação “todos para todos”, acompanhado de novos formatos, e diferentes plataformas.

Segundo Ripoll e Matos (2017), atualmente, o ambiente digital é constante a produção, disseminação e consumo de conteúdo, principalmente por meio dos compartilhamentos nas redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram*) e nos aplicativos de mensagens instantâneas (*Whatsapp e Telegram*), via *smartphones*. Rodrigo Bersch Muzel (2020) aponta que, com a Internet móvel, a comunicação se torna ubíqua, e do ponto de vista do estudo dos meios (*media studies*)⁴, os dispositivos móveis podem ser considerados como um “novo” novo meio (SCOLARI *et al*, 2009, p.53), pois possuem sua própria gramática, práticas de produção, dinâmicas de consumo e modelos de negócio específicos e alteram a paisagem midiática.

De acordo com Alves e Maciel (2020), a possibilidade de qualquer pessoa produzir e compartilhar conteúdo com qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo, é preocupante:

A informação pode vir de qualquer fonte e sem nenhum critério, com potencial de se espalhar, de manipular as emoções e de realizar influência destrutiva e determinante na população, capaz talvez de definir os rumos das democracias contemporâneas (MANS, *apud* ALVES; MACIEL, 2020, p.5).

⁴ Os estudos de mídia são uma disciplina e sub-área da área da comunicação. Com inclinações epistemológicas tangentes à corrente de estudos culturais, em ascensão dentro dos estudos em comunicação, os estudos em mídia abordam as relações entre mídia e sociedade.

Nesse aspecto, essa expansão de dados promove ainda outro fenômeno: a proliferação de histórias manipuladas, inverídicas ou inventadas nessas redes. Atualmente, vive-se um momento sustentado na desordem informacional, termo cunhado por Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017), e definido como uma “poluição informativa em escala global formando uma complexa teia de motivações para criar, disseminar e consumir mensagens sem qualidade que são amplificadas por plataformas e seus algoritmos” (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 4).

A partir da pesquisa realizada pelo DataSenado⁵ de 2019, percebe-se o porquê desta situação ser um perigo para os cidadãos e para a democracia: 47% dos entrevistados acham difícil identificar notícias falsas publicadas nas redes sociais. O percentual é ainda maior entre aqueles que têm renda familiar de até dois salários mínimos, sendo 53% dos entrevistados. No mais, 24% acreditam que o mais importante para saber se uma notícia é confiável é a pessoa que enviou. Alves e Maciel (2020), complementam com a pesquisa TIC Domicílios 2017, realizada pelo Cetic.br (Centro Regional de Desenvolvimento de Sociedade e Informação)⁶, na qual informa que “a população brasileira que auferir renda mensal de até três salários-mínimos não possui computador em casa e acessa a Internet primordialmente pelo telefone celular”. Nesta perspectiva, para piorar ainda mais a situação, é comum que as provedoras de telefonia ofereçam planos que isentam o consumo de dados somente para aplicativos como *Whatsapp* e *Facebook*, o que acaba impedindo que os usuários acessem outros sites para checagem das informações recebidas nessas redes sociais. Essa limitação de espaços também favorece, apesar de não ser determinante, a “ação de outros fenômenos contemporâneos como *Fake News* (notícias falsas), *Post-truth* (pós-verdade), e Bolhas de informação” (ANGELO SASTRE, et al. 2018, p.6).

Com a popularização das bolhas informativas na internet e a proliferação da desinformação nas redes sociais, o cenário da informação em mobilidade para Fidalgo e Canavilhas (2009), apresentam múltiplos desafios que a Internet e os dispositivos móveis colocam às instituições midiáticas e jornalísticas, e aos próprios cidadãos. Diante dessa avalanche de informações e desinformações na rede, a credibilidade e a subjetividade

⁵ Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/publicacaodatasenado?id=mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opinio-das-pessoas> . Acesso em: 15 fev. 2023.

⁶ Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/o-fenomeno-das-fake-news-definicao-combate-e-contexto/> Acesso em: 14 fev. 2023.

jornalística são questionadas por políticos, autoridades e até mesmo pelo público nessas redes. Segundo Petrola (2018, p.116), “a crise de credibilidade do jornalismo tradicional vem se formando desde a expansão da Internet, com a figura do receptor ativo, o leitor é também produtor de conteúdo”. Neste aspecto, grandes empresas de comunicação vêm lidando com contestações, críticas e represálias principalmente de políticos e seus seguidores, que tentam deslegitimar o poder e o papel da imprensa, e aproveitam amplamente do ambiente digital para contatar os eleitores diretamente sem intermédio da mídia tradicional. Neste sentido, com o objetivo de discutir acerca desta temática, construiu-se este resumo expandido a partir da revisão bibliográfica, pesquisando em sites, artigos, livros e teses sobre o assunto, a fim de elucidar o papel do jornalismo neste cenário (des)informativo caótico e alguns caminhos para a retomada de sua legitimação e credibilidade.

Conclusão

A transformação na sociedade da informação, pautada pelo desenvolvimento da internet e da comunicação digital móvel, permite que os indivíduos se encontrem em um estado de conectividade constante, cada vez mais profunda devido ao uso de celulares conectados. Com a proliferação sem precedentes de conteúdo, e a velocidade acelerada da sociedade contemporânea contribuem para o cenário da desordem informativa e a desinformação na palma da mão. Devido à complexidade deste cenário, não existem soluções definitivas, mas o processo de cura envolve tanto processos individuais de aprendizagem quanto coletivos de desenvolvimento envolvendo diferentes campos de atuação.

O entorpecimento, simultâneo a um fascínio pela tecnologia (McLuhan), e o impulso de consumir e compartilhar conteúdos que corroborem suas próprias verdades pré-estabelecidas sem questionar a veracidade dos fatos, tem, no usuário de um *smartphone* ligado à internet, um alvo perfeito para servir de massa de manobra política, por exemplo. Atualmente, observa-se uma cultura digital em que a informação falsa, vazia de compromisso com a realidade, dissemina-se com tanto ou maior sucesso em detrimento da informação confiável, junto a deslegitimação do jornalismo.

Com base neste contexto preocupante, o relatório da Unesco (BONTCHEVA; POSETTI, 2020) aponta caminhos para o combate a desinformação, como o envolvimento tanto da grande mídia como das mídias locais em ações de alfabetização midiática, uma conscientização ética dentro do meio digital e uma reflexão sobre qual futuro se deseja para a própria sociedade da informação que pode ser feito em parceria com instituições jornalísticas. O investimento em checagens de fatos e em inovações para produzir informações em formatos mais acessíveis e atraentes no formato digital, principalmente para dispositivos móveis, além da intensificação da transparência e pluralidade, e principalmente, parar de ceder a necessidade dos *clicks* em manchetes, e investir na verificação rigorosa de fatos e fontes são essenciais.

Nesse caminho, de forma concreta, as universidades e empresas jornalísticas têm desenvolvido ferramentas voltadas à prevenção contra a desinformação, em geral, relacionadas ao conceito de *fact-checking* (agências de checagem de fatos), que cumprem uma função substantiva, inclusive educativa, ao ensinar que os signos deixam rastros que nos guiam para os objetos que pretendem designar. Segundo Dourado (2016, *online*), as iniciativas de *fact-checking* confrontam a “[...] exatidão dos dados fornecidos por membros da elite do poder público e já repercutidos na mídia, bem como a seguir a trilha das promessas proferidas durante as eleições, numa tentativa de conferir transparência informativa e valorizar a verdade dos fatos”.

Neste aspecto, os projetos de *fact-checking* tem sido um diferencial no mercado diante do jornalismo amador promovido pelo público na internet. “A luta pela sobrevivência na era da informação demonstra como os jornais estão aproveitando esse momento para reforçar suas qualidades de critério e credibilidade, apoiando-se muitas vezes na publicidade e na popularização de funcionais ferramentas de checagem” (SILVA, N., 2017, p.13).

Para Zarzalejos (2017), a única maneira de conceber o jornalismo nesta realidade é através da verificação dos dados para detectar as informações inverídicas. Assim, o jornalismo e “a comunicação deontológica, por outro, devem voltar a resgatar o relato verossímil, conter o sentimentalismo, apaziguar e moldar os piores instintos e proclamar a superioridade da inteligência sobre a visceralidade. Este é o *fact-checking*” (ZARZALEJOS, 2017, p.13).

Mas, só isso não basta para contrapor a desordem informacional. É preciso a atuação com transparência, pluralidade e independência no tratamento da informação livre de constrangimentos publicitários, acordos com grupos de interesse político e econômico da localidade. Focar menos no jornalismo de declaração, para dar mais espaço para o jornalismo de verificação preocupado em checar fatos e fontes, e principalmente contextualizá-los (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003).

Assim, a transparência no método de apuração das informações é um dos valores que está sendo cada vez mais valorizado na Era da Desinformação e também utilizada como reposicionamento das mídias tradicionais no mercado tradicional e digital. Para Cornu (2015, p.115), “jornalistas são responsáveis [...] por assegurar uma informação com respeito pelos factos e pelas pessoas”. O princípio da transparência é relevante tanto para o jornalismo tradicional quanto para iniciativas de *fact-checking*. Além disso, a contribuição do público na apuração corrobora para que a sociedade possa confiar mais no trabalho jornalístico ao invés de informações divulgadas e compartilhadas nas redes sociais.

Referências

ALVES, Marco Antônio Sousa; MACIEL, Emanuella Ribeiro Halfeld. **O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto**. Internet & sociedade, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/44432>. Acesso em: 15/05/2022.

CANAVILHAS, João; FIDALGO, António. **Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular**. 2009. Disponível: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/4360> Acessado: 10 out. 2022.

CASTELLS, Manuel. **The rise of the network society [A era da informação: a sociedade em redes]**. 1996.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. London: The MIT Press, 2000.

MENDES, Ana Carolina. **A linguagem das mídias digitais, por Lev Manovich**. 2005.

MUZELL, Rodrigo Bersch, et al. **Desinformação e propagabilidade: uma análise da desordem informacional em grupos de Whatsapp**. 2020. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9262> Acessado: 10 out. 2022.

ORIGA, Tamarindo, Danilo. **Desdemocratização: Fake News, o povo e as instituições democráticas no Brasil**, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/34690/1/Desdemocratiza%C3%A7%C3%A3oFakeNews.pdf>. Acessado: 22 set. 2022.

PETROLA, José Ismar. **Fake news e a disputa entre grande imprensa e redes sociais na campanha eleitoral de 2018 no Brasil**. Liberdade de expressão e campanhas eleitorais-Brasil, v. 21, p. 1-273, 2018.

POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Kalina. **Disinfodemic**. Deciphering Covid-19 disinformation, Policy brief, v. 1, 2020.

RIPOLL, Leonardo; MATOS, José Claudio Morelli. **Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional**. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, 2017, 13: 2334-2349. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918> Acessado: 10 out. 2022.

SASTRE, Angelo et al. **A influência do “filtro bolha” na difusão de Fake News nas mídias sociais: reflexões sobre as mudanças nos algoritmos do Facebook**. Revista GEMInIS, 2018. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/366> Acessado: 20 set. 2022.

SCOLARI, C. A.; et al. “**The Barcelona Mobile Cluster: Actors, Contents and Trends**”. iJIM. Vol 3, No 3 (2009). Disponível em: <http://online-journals.org/i-jim/article/view/814/951>
Acessado: 1 out. 2022.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, *Houssein*. *Information Disorder*. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe, 2017.
ZARZALEJOS, José Antonio. **Comunicação, jornalismo e ‘fact-checking’**. Revista Uno, v. 27, p. 11-13, 2017

ZARZALEJOS, José Antonio. Comunicação, jornalismo e ‘fact-checking’. **Revista Uno**, v. 27, p. 11-13, 2017.