

► DESINFORMAÇÃO

Água morna com limão não cura a Covid

O que são, de onde vêm e de que se alimentam as notícias falsas – e por que é tão fácil acreditar nelas



Imagem: Getty imagens

// Como médicos(as), enfermeiros(as) e especialistas em saúde do mundo todo, estamos aqui para fazer uma denúncia. Nosso trabalho é salvar vidas. Mas neste momento, além da pandemia da Covid-19, enfrentamos também uma 'infodemia' global, com desinformações viralizando nas redes sociais e ameaçando vidas ao redor do mundo".

Assim começa um documento assinado, primeiramente, por profissionais de saúde de 17 países e que circula em forma de petição online na plataforma [▶ Avaaz](#). O texto é uma chamada à responsabilização das empresas de redes sociais para evitar a disseminação de conteúdo falso que prejudica os esforços na contenção da pandemia de covid-19. Embora não sejam uma novidade no cenário brasileiro e internacional, as notícias falsas tomaram uma dimensão talvez mais trágica nesse momento – tornaram-se, de fato, letais. Mas o que explica esse fenômeno e quais métodos podem ser empregados para contê-lo? As respostas não são simples, nem podem ser esgotadas neste texto, mas deixaremos aqui algumas pistas - e todas as referências para que você possa pesquisar por si mesmo/a e não correr o risco de acreditar em tudo que lê na internet.

Como começou

Embora a existência de notícias e informações falsas possa ser remontada há séculos, o fenômeno contemporâneo que muitos chamam de *Fake News* – há divergências entre pesquisadores a respeito da precisão dessa nomenclatura – tem sua gênese geralmente identificada nas eleições estadunidenses de 2016, quando blogs identificados com a candidatura do Republicano Donald Trump começaram a fabricar e espalhar notícias falsas sobre a rival Democrata Hillary Clinton. Outro evento comumente relacionado à emergência do fenômeno foi o referendo do *Brexit* (processo de saída do Reino Unido da União Europeia). Tanto que a pós-verdade (*Post-truth*) foi escolhida a palavra do ano em 2016 pelo Dicionário Oxford. De acordo com o professor Pablo Ortellado (USP), as *Fake News* são uma das consequências do ambiente de polarização política, quando grupos e pessoas estão mais propensos a buscar e, principalmente, difundir informações – factuais ou não – que reforçam a sua narrativa ou visão de mundo. Elas também se relacionam com a chamada “crise epistêmica”, que, conforme explica a professora Nina Santos (Facom/UFBA), “é a crise desses centros legitimados de produção de conhecimento e de ‘verdades’ – então [tem a ver com] as críticas à ciência, às universidades, à própria imprensa, ao Estado, aos políticos, às instituições democráticas de forma geral. ➡

[Assista à conferência do professor Ortellado no canal Casa do Saber.](#)

Como se espalham

O ambiente político contribui, mas não é o único fator para o problema das *Fake News* – elas são um fenômeno intimamente relacionado à internet e às dinâmicas algorítmicas das redes sociais. Embora o conteúdo falso ou enganoso possa ter origens em blogs ou sites que emulam as estruturas dos portais de notícias do jornalismo profissional, são nas redes sociais que esse conteúdo ganha força e capilaridade através do sistema complexo de algoritmos automatizados que propiciam a criação de “bolhas” e nichos nos quais as mentiras encontram grande adesão e os desmentidos não necessariamente alcançam. Em palestra para o projeto ISC em Casa, transmitida no dia 15 de maio desse ano, o professor André Lemos (Facom/UFBA) explicou que “a lógica algorítmica é fundamental para a dispersão de notícias falsas. Para ampliar esse tipo de ação, os que produzem *Fake News* utilizam também *bots*, robôs para alcançar ainda mais pessoas nas plataformas e no WhatsApp”. ➡ [Assista à palestra do professor no canal do ISC/UFBA.](#)



Imagem: www.freepik.com

São só os robôs?

O uso de bots – contas automatizadas – é importante na disseminação de notícias falsas por inflar artificialmente a relevância de dado conteúdo. Mas não são os únicos e, segundo alguns estudos, sequer os principais responsáveis pela atual infodemia. De acordo com o artigo (*pré-print*) da professora Raquel Recuero (UFPEL/UFRGS) e do doutorando Felipe Soares (UFRGS), o espalhamento está associado à atuação de “influenciadores” e líderes de opinião que replicam o conteúdo – ao qual se identificam politicamente – conferindo alcance e autoridade. No estudo de caso apresentado no artigo – que analisou 57.295 mil tweets que continham as palavras-chave “coronavírus” e “cura” entre 20 e 29 de março, um dos principais influenciadores foi o próprio presidente Jair Bolsonaro que em declarações diversas minimizou a letalidade do vírus, desdenhou do isolamento social e “vendeu” a hidroxiclороquina como a cura para a doença. O artigo também destaca – em consonância com a análise de Pablo Ortellado – que o ambiente de disputa política, notadamente, no caso, entre Bolsonaro e o ex-ministro da Saúde Luiz Henrique Mandetta facilitou a circulação das informações enganosas. Importante destacar que o artigo citado trabalha com o conceito de “desinformação”, do qual as notícias falsas seriam apenas um exemplo. De fato, os autores afirmam em sua conclusão, que o principal tipo de desinformação encontrado é de “enquadramento enganoso”, ou seja, não se trata de uma peça inteiramente fabricada, mas possui uma base factual que é distorcida para servir à narrativa prévia de quem a espalha. [▶ Leia o artigo na íntegra.](#)

E se é falso, por que a gente acredita?

As mentiras são fabricadas para reforçar visões de mundo pré-existentes e, por isso, é tão difícil de desmenti-las. “O que esses conteúdos estão fazendo é repetindo convicções políticas que nós já temos, sejam elas de esquerda, sejam elas de direita, aprofundando essas convicções e explorando a nossa fragilidade cognitiva, que advém do viés de confirmação para a gente apertar o botão de compartilhar e difundir”, explicou o professor Ortellado. Ele ainda afirmou que, de acordo com as suas

pesquisas, “a mentira circula mais nas redes sociais do que a verdade. Porque a mentira adere mais à narrativa, adere mais facilmente às nossas convicções”. De modo parecido, o professor André Lemos destacou que “é uma coisa realmente assustadora, mas difícil de frear porque não está no regime científico da razão – que é, ‘vamos desmontar as cadeias de referência’ – está no regime de um apego a um mito, a uma adesão religiosa a um ídolo, é isso que nós estamos vendo hoje, alimentado pelas redes sociais”. E os danos que as mentiras causam são especialmente trágicos no momento da pandemia, quando as pessoas estão ainda mais vulneráveis a acreditar em uma “cura”, por exemplo. Conforme explica Nina Santos, “esses fenômenos são ainda mais danosos porque o combate a essa pandemia basicamente se baseia em questões comportamentais. Você não tem medidas farmacológicas, você não tem uma vacina, você não tem um remédio... Então como essa questão comportamental é muito central, a comunicação acaba ganhando uma dimensão ainda maior”. ➡ [Leia o relatório “Ciência Contaminada”](#) – do qual a professora Nina Santos é uma das pesquisadoras – que analisou as redes de desinformação sobre a covid-19 no YouTube.

E o que podemos fazer?

Há muitas divergências sobre o melhor caminho de enfrentar esse fenômeno. Existem várias iniciativas de agências de checagem de fatos (como a Lupa, Aos Fatos, Fato ou Fake entre várias outras), além de medidas tomadas pelas próprias plataformas de redes sociais, que têm sido chamadas a prestar contas pela influência nefasta da desinformação no debate público. O WhatsA-



pp limitou o número de compartilhamentos de mensagens; em fins de março, Twitter, Facebook e Instagram apagaram postagens com conteúdo enganoso do presidente da república. O portal de checagem *Aos Fatos* criou um bot chamado Fátima, a robô que envia as últimas checagens do site sobre a pandemia. Em abril, o Facebook anunciou que irá mostrar notícias verdadeiras para quem curtir conteúdo falso. Apesar desse conteúdo falso ocupar todas as redes, é no WhatsApp que ele se espalha de um modo ainda mais difícil de controlar, devido à criptografia do aplicativo que o torna um ambiente ainda mais fechado e difícil de monitorar o que circula ali. O que o professor André Lemos sugere é uma combinação de ações – educacionais, através de li-

teracia midiática; técnicas, que são justamente a responsabilização das plataformas e exigência de transparência; jurídicas, com leis federais para punir quem intencionalmente fabricar e disseminar mentiras; e de contra-informação, com as agências de checagem e os desmentidos. Outro método de enfrentamento que tem chamado a atenção nos últimos dias é encampado pelo perfil do Twitter Sleeping Giants Brasil ➡ ([@slpng_giants_pt](https://twitter.com/slpng_giants_pt)), versão brasileira de um movimento estadunidense que alerta empresas cujos anúncios estão sendo veiculados em sites que propagam mentiras. Somente até 22 de maio, marcas como Dell, O Boticário e Telecine anunciaram que vetariam a inclusão de suas publicidades em sites suspeitos, atingindo assim a lucratividade dessas iniciativas mentirosas.

➡ Para saber mais sobre as especificidades do WhatsApp, ouça o episódio #165 ([A caixa preta do zap](#)) do podcast Viracasacas com a antropóloga Letícia Cesarino (UFSC)

➡ Para acompanhar as contribuições da Apub nessa discussão, assista à [mesa do VI Encontro de Professores e Professoras Aposentados](#), com o professor Joviniano Neto, diretor da entidade

➡ E assista também a mesa Apub no Congresso da UFBA, realizada no dia 18 de maio, com o tema "[Democracia e Política na Plataforma Digital – o desafio das Fake News](#)"

