

DESAFIOS DA DESINFORMAÇÃO E DO NEGACIONISMO CIENTÍFICO NA INTERNET

Francisco Brito Cruz ¹

Quando o tema do negacionismo é trazido para a discussão, o papel das redes sociais e da internet para a informação na contemporaneidade geralmente está pauta. Por conta da inevitabilidade do lugar do conhecimento científico em uma crise sanitária, este lugar ficou ainda mais evidente durante a pandemia da Covid-19. Cloroquina, ivermectina, efeitos colaterais das vacinas, isolamento social. Em cada instante da pandemia, debates acadêmicos de ponta sobre uma doença nova eram replicados em rede, entrando em reação com toda a sorte de novas credences e antigas desconfianças. Na superfície, a aparência é de que a digitalização da vida *colocou a confiança da ciência em xeque em um momento chave de nossa história*. Se em 2016 ou 2018 as *fake news* eram perigosas por que influenciavam resultados eleitorais, em 2020 e 2021 elas eram fatais, pois podiam custar vidas.

A coincidência do negacionismo científico com a mudança da forma de se informar de parcelas significativas das populações no ocidente fez com surgissem interlocutores que

quem defendem que há uma relação intrínseca entre as redes sociais mais utilizadas e a presença de “desinformação¹” na esfera pública. Mais do que isso, o perigo iminente causado pela disseminação de tais conteúdos justificaria a pressão para que as grandes empresas de internet – as chamadas “plataformas” – exercessem controle estrito do discurso nelas realizado. “Vocês estão matando pessoas”, disse o presidente da maior potência mundial em meados de 2021, quando perguntado sobre o papel da maior empresa de redes sociais do planeta.

A universidade e os seus expoentes parecem atravessar este momento com angústias profundas. Como canários na mina de carvão, médicos, bioquímicos, biólogos, sanitaristas e outros cientistas sinalizam para serem escutados com a seriedade devida. No dia a dia das redes sociais, eles acabam em luta com o ruído ensurdecedor dos que não estão dispostos a jogar o mesmo jogo que eles na produção e difusão de conhecimento.

“Influenciadores” com milhões de seguidores que replicam farsas ou dúvidas irrelevantes como motivo para descreditar descobertas científicas, pares cientistas que se distanciaram do cânone na busca pela tração profissional que o marketing pessoal estruturado pelas mídias sociais lhes oferece ou mesmo autoridades públicas que amplificam meias-verdades a fim de benefício político. A presença deste cenário em plataformas geridas por grandes corporações globais de tecnologia é o motivo que levou o presidente dos EUA sustenta que tais empresas “estão matando pessoas”. Joe Biden manifestou a inconformidade corrente sobre como a ação e inação das *big techs* pode fazer com que tais discursos prosperem ou sejam isolados. Nessa chave,

1 Este conceito é objeto de extenso debate acadêmico. Ethan Zuckerman o explica como “um termo vago e ambíguo que abrange tudo, desde falso equilíbrio jornalístico (que produz notícias ‘reais’ que não merecem nossa atenção), propaganda (discurso transformado em arma projetado para apoiar uma facção em relação à outra) e disinformatzya (informações destinadas a semear dúvidas e aumentar a desconfiança nas instituições)”, conforme Ethan Zuckerman (2021).

tais empresas possuem o poder para cortar o alcance de charlatões, por fornecerem a infraestrutura do novo debate público. Apesar de cada uma delas ter estabelecido políticas próprias para o momento da pandemia, a fala insinua que elas estão longe de serem suficientes para equilibrar ou influenciar na batalha da difusão e do convencimento sobre o conhecimento científico.

O argumento articulado pelos porta-vozes de tais plataformas é que elas estão fazendo o suficiente e que autoridades como Biden estão desconsiderando outros fatores envolvidos na disseminação de desinformação científica. Em comunicado ao público, o Facebook respondeu o presidente dizendo que seria necessário “ir além de apontar dedos”, e mostrando dados de como seus esforços para remover publicações desinformativas e dar mais tração a fontes “autoritativas” (ou seja, aprovadas por autoridades científicas) tem demonstrado resultados.²

O pano de fundo desse debate passa por como estas empresas que mantêm plataformas de internet criam, implementam e operam regras privadas sobre o que seus usuários podem publicar na rede e como tais publicações serão distribuídas ao público. Em algum sentido este é um debate sobre como empresas privadas que provêm a infraestrutura do debate público devem gerir a expressão de seus bilhões de usuários quando o assunto é saúde e ciência. **Como valorizar o conhecimento especializado e construído a partir de método científico – conhecimento este que, se levado a sério, poderia ajudar a desvendar a saída da crise sanitária – e, ao mesmo tempo, promover a liberdade de manifestação do pensamento de uma sociedade ansiosa por saídas políticas para sua crise social e sanitária?**

A pergunta suscita uma discussão sobre a responsabilidade que muitas vezes é imputada a empresas de redes sociais ou outras intermediárias de nossa recente esfera pública digital. A partir do que entendemos sobre isso, é possível

delimitar os limites ou riscos de enfrentar o negacionismo científico nesta esfera pública atual, especialmente se ele for visto como um conteúdo perigoso, que deve ser “moderado” a partir de políticas de empresas de internet. Para contribuir com essa discussão, pretendo apresentar três argumentos úteis para enquadrarmos estas questões:

- i. A preponderância de redes sociais digitais como principal meio de comunicação possui afinidade com uma crise epistêmica que coloca em xeque a confiança em determinadas instituições, mas afirmar causalidade entre estes fenômenos pode representar uma simplificação grosseira da realidade;
- ii. A criação e aplicação de regras privadas em plataformas de internet tornou-se uma atividade industrial e de risco a direitos, inclusive a liberdade de expressão – e isso precisa ser levado em conta na maneira como se demandam ações por parte delas;
- iii. O enfrentamento ao dano causado pela disseminação de desinformação deve compreender a disputa social e política pela validade de pressupostos científicos.

Internet e desinformação

“Dieta de mídia” é como eu me refiro à composição do consumo de mídia de um indivíduo ou população dentro de determinado recorte temporal. Com alguma aderência nos campos de pesquisa da saúde mental, da psicologia social e do jornalismo, essa expressão sintetiza de maneira simplificada essa combinação complexa entre padrões diferentes de atenção (incluindo, neles, a variável do tempo) de audiências dividido entre modais muito distintos (mais ou menos interativos, mais ou menos tradicionais, mais ou menos jornalísticos etc.). Assim, é possível dizer que a dieta de mídia de alguém é composta por todos os

conteúdos que a pessoa acessa na internet ou fora dela.

A chegada das plataformas de redes sociais como preponderantes em nossa “dieta de mídia” não destruiu completamente os intermediários que antes possuíam dominância, muito pelo contrário. A convergência de meios analógicos para o digital é um processo em marcha desde os anos 1990, quando ficou claro que o jornalismo – inclusive o científico – seria mais um dos “conteúdos” a circular neste novo formato de intermediação de informações em rede.

Esta convergência possui afinidade com o fato de que tais intermediários – as chamadas “plataformas” – constituiriam espaços significativamente diferentes em relação às organizações de mídia pré-digital.

Antes da emergência da internet, uma organização de mídia de massa funcionava tradicionalmente a partir de uma lógica “bifronte³”, na qual a produção de conteúdos informativos ou de entretenimento atraía atenções e permitia a sua comercialização ou a venda de espaços publicitários. Como sabemos, não é assim que empresas como Google, Facebook ou Twitter funcionam. Tais plataformas formaram ambientes que permitem que quaisquer usuários – do vizinho ao New York Times – possua meios de publicar o que deseja, delegando a produção de conteúdos aos seus “usuários”. Do outro lado, hipertrofiaram as capacidades de seleção, categorização e distribuição inteligente destes conteúdos para os demais usuários, atraindo a sua atenção a partir da personalização da sua experiência a partir de seu gosto pessoal. Assim,

3 Ao falar da mídia pré-internet, Luís Felipe Miguel (2002, *itálico nosso*) escreve que “uma empresa de comunicação é um organismo bifronte. De um lado, obedece a seus imperativos profissionais específicos, que variam de acordo com o subcampo: a manutenção de determinados patamares de qualidade estética, no caso de programas de caráter ficcional ou cultural; fidelidade ao que é percebido como a realidade fática e busca da credibilidade, no jornalismo. De outro, a ampliação do faturamento e do lucro [tarefa dos departamentos de vendas de anúncios]”, conforme Luis Felipe Miguel (2021).

ao realizar curadoria informacional em massa, tais plataformas não se tornaram competidoras na produção do conteúdo com corporações de mídia pré-digital, mas sim as tornaram potenciais usuárias de seus serviços à medida que se transformaram em gigantescas “fazendas de atenção” (WU, 2016). Elas passariam, portanto, a competir por atenção com o conteúdo produzido pelos demais usuários nos termos da curadoria automatizada e personalizante estabelecida pelas plataformas.

Desta maneira, dilemas da comunicação científica ou sanitária para uma população que existiam na lógica pré-internet não se resolvem com a sua chegada, mas sim se somam aos problemas que são criados pela arquitetura de tais plataformas. Assim, a sempre danosa publicação de matérias imprecisas, erradas ou sensacionalistas por veículos de jornalismo profissionalizado não saiu de cena, mas passou a ter de competir por atenção e espaço dentro de tais plataformas com a publicação de outros conteúdos. Com efeito, essa nova intermediação emerge em um cenário no qual já havia uma crise de confiança em relação aos meios de comunicação de massa em vários países.

Então, nessa nova arena, grandes organizações de mídia passam a disputar essa atenção com todo o conteúdo que fica lá – e o quanto isso pode acontecer depende da transformação da dieta de mídia e dos hábitos de consumo e produção de conteúdo de uma determinada população conectada. Conforme maiores parcelas dos brasileiros acessam a internet e fazem dela parte de seu dia a dia, abre-se o caminho para maior diversificação e brechas em modelos previamente estabelecidos. Desta maneira, como argumentam Yochai Benkler, Rob Faris e Hal Roberts, em estudo sobre as transformações no ambiente informacional estadunidense nos anos 2011, tais transformações podem vulnerabilizar o que chamam de “ciclo de checagem da realidade⁴” posto em prática pelos protocolos jornalísticos

4 Tipos ideais, esses modelos ajudam a entender diferentes interposições realizadas pela mídia na circulação da informação política.

profissionais e em prática desde antes da chegada da internet.

Como argumentam estes autores, este ciclo pode ser substituído por outros, deixando de ter a ênfase na disseminação de informações a partir de uma lógica jornalística e funcionando a partir de um paradigma político-partidário, por exemplo. Nesse cenário a busca da realidade é relegada em detrimento do fornecimento de um maior conforto e confiança em visões políticas previamente estabelecidas. Em um “ciclo de retroalimentação da propaganda”, propagandistas em rede passam a se vestir de jornalistas para produzir e fazer circular informações que não foram produzidas a partir de protocolos jornalísticos.

O argumento desses pesquisadores de Harvard ecoa à discussão de desinformação na área científica não só por explicar a substituição de um ciclo pelo outro, mas sublinhar a aproximação entre jornalismo e ciência. Com efeito, estudiosos do assunto assinalam para como a ideia de “busca da objetividade” derivada da discussão científica do século XIX nos EUA e Europa informou a produção dos protocolos jornalísticos que seriam estabelecidos pelos veículos noticiosos no século XX. Como explica Dan Schiller,

A objetividade da notícia foi nutrida pelo clima de ‘baconianismo’ [em referência a Sir Francis Bacon e sua influente obra na defesa de um método científico] que permeia a ciência americana contemporânea [...] e, por meio de sua deferência científica ao fato, o jornal comercial ficou

Como expliquei em outro trabalho, este ciclo seria “uma espécie de versão do modelo clássico de autonomia do campo midiático já aqui explicada, empresas de mídia agem mais ou menos a partir de ‘normas organizacionais de busca da verdade, e buscam perspectivas mais ou menos centradas ou neutras para reduzir – na medida do possível – o desconforto que seu público experimenta quando notícias que buscam a verdade não são confirmadoras de suas identidades’ (Benkler; Faris; Roberts, 2018). Nesse caso, a competição é pelo frescor das notícias, pelo primeiro furo, mesmo em termos sensacionalistas – o que pode entrar em tensão com esses mesmos imperativos ético-profissionais”, conforme Brito Cruz, 2020.

distante da progressiva relativização que eventualmente afetou outros modos de pensamento [...]. Se a ciência serviu um bem público final, o jornal comercial servia ambos. Reportes noticiosos objetivos apoiavam, assim, a principal intenção da imprensa comercial: tornar-se uma agência social líder para a organização do esclarecimento público. Por volta de 1840, James Gordon Bennett [fundador do New York Herald] expressou este princípio fundamental do novo jornalismo [...]: ‘Eu me sinto, nesta terra, envolvido em um grande causa – a causa da verdade, da fé pública e da ciência, contra a falsidade, a fraude, e ignorância’ (SCHILLER, 1979).

De fato, a emergência da internet parece colocar em xeque uma lógica de produção “metódica” de informação sobre a realidade dividida por esses dois campos, a ciência e o jornalismo. Ao destravar a disseminação de qualquer tipo de conteúdo em rede para aqueles que não respondem a ideais normativos ético-profissionais, a comunicação digital oferecida por plataformas de redes sociais ofereceu a possibilidade para que a legitimidade de tais ideais fosse questionada ou mensurada a partir de outros critérios por segmentos da audiência ali presente. Neste momento, as limitações e vulnerabilidades do jornalismo e da comunicação científica passam a possibilitar algo muito mais concreto do que a crítica entre pares ou uma crise com efeitos difusos; seus defeitos passam a interagir com a emergência de veículos de comunicação digitais que com eles disputam frontalmente, mas que não estão interessados na construção de conhecimento a partir das mesmas lógicas.

Ainda, a forma como a arquitetura das redes sociais busca a personalização na curadoria de conteúdos impõe outros problemas, por fornecer tração a qualquer conteúdo que se conecte a determinados fatores psicológicos, sociais e políticos dos usuários. Isso é verdade tanto na implementação de mecanismos automatizados de recomendação de conteúdos como na disseminação orgânica realizada pelo compartilhamento ativo de outros

usuários.

Em estudo paradigmático, Soroush Vosoughi, Deb Roy, e Sinan Aral (2018) estudaram a disseminação de histórias falsas e verdadeiras, aferidas por agências de checagem de notícias. Os pesquisadores concluíram que as falsas tiveram disseminação seis vezes maior que as verdadeiras, em especial a partir do impulso dado por outros usuários (o que muitos chamam de “viralização”). Desta maneira, veículos que imitam o jornalismo podem ganhar visibilidade graças ao componente viral e, ao mesmo tempo, moldar os padrões de distribuição de conteúdo pelas plataformas de internet à medida que se tornam populares e um meio para que elas atinjam maiores níveis de engajamento de seus usuários, o que é chave para seus negócios.

Como sinalizam esses dados e o funcionamento destas plataformas, os padrões de distribuição descentralizada de conteúdos no meio digital acabam sendo muito sensíveis a fatores que podem entrar em conflito frontal com a urgência científica ou sanitária de veiculação de determinadas informações – como no caso da pandemia da Covid-19. Se antes o freio ao sensacionalismo ou à desinformação no plano científico passava pelo convencimento e alinhamento de editores de jornais ou por seus patrões, atualmente essa disputa se coloca de maneira muito mais complexa. Na internet e em suas plataformas, a distribuição de informações passou a ocorrer a partir de combinações complexas entre a automatização e a viralização por força dos próprios usuários em escala global.

Neste cenário, uma série de elementos da arquitetura dessas redes devem passar a ser debatidos com cuidado, por representarem componentes que contribuem em diferentes pontos para a forma como informações são produzidas, distribuídas e consumidas. Se algoritmos de recomendação de conteúdos passam a serem vistos como “vilões” na construção de “bolhas” de informação que encapsulam usuários em ambientes de retroalimentação de boatos ou

crendices, não devemos deixar de perceber como outros componentes podem ser tão importantes e imperceptíveis quanto aqueles que já ganharam maior atenção midiática (e os quais os efeitos também são discutidos do ponto de vista científico, é importante dizer). Neste ponto, pode ser tão ou mais importante que algoritmos ou que a distribuição automatizada o colapso de contextos produzido pela comunicação digital, que permite a qualquer um recortar e colar uma imagem ou vídeo para desapropriá-lo de seu contexto original e inseri-lo em uma versão própria da realidade.

Este tipo de discussão situa a complexidade da discussão sobre desinformação na atualidade para muito além do tecnocentrismo, que é esse impulso que temos de localizar a explicação de fenômenos sociais na tecnologia que aquela sociedade está adotando. Em vez de dizer que são as redes sociais as “causadoras” da desordem informacional, começa a fazer mais sentido entender como tendências intelectuais da contemporaneidade influenciaram e se afinaram com tais plataformas à medida que elas foram sendo construídas – e como crises de confiança anteriores a elas se entrelaçaram com problemas trazidos por seu funcionamento.

Em obra que busca ligar esses pontos, Michiko Kakutani assevera que a emergência da desinformação no meio digital se alinha a polêmicas envolvendo o pensamento pós-moderno, por exemplo. Sem ingressar a fundo nessas polêmicas, é possível sintetizá-las a partir da ideia de que a produção de conhecimento a partir de uma ideia de objetividade pode ser criticada por poder ser instrumentalizada para tornar invisíveis os posicionamentos políticos destes produtores, reproduzindo ou justificando cientificamente arranjos sociais desiguais. É o caso do uso de uma pseudociência ou do jornalismo sensacionalista que acabam reforçando estereótipos e desigualdades raciais, por exemplo.

Como argumenta Kakutani, é preciso posicionar a existência

de uma série de afinidades entre estas tendências e as crises na confiança no método científico e nos protocolos do jornalismo profissional.

A ascensão de uma cultura de narcisismo e consumismo e a substituição da dieta de mídia de parcelas significativas da população por informação intermediada por tais plataformas são parte de um mesmo processo histórico de transformação das sociedades democráticas em uma outra coisa. Algo diferente das sociedades ancoradas na planificação de Estados de Bem-Estar Social e na informação mediada pela mídia nacional, mas também diferente de uma sociedade global pré-internet dos anos 1990. Afirmar que há relação entre causa e efeito entre internet e a desinformação desconsidera relações de afinidade entre fenômenos e tendências anteriores à emergência destas plataformas e que as selecionaram dentre outros modelos possíveis. Ainda, é desconsiderar que a crise epistêmica que envolve algo que ciência e jornalismo compartilham estava engendradora já antes da internet se popularizar a partir da ideia (aceita inclusive em críticas de fundo progressista) de que o método e a busca por objetividade científica ou jornalística podem ser parciais e pontos de vista de determinados extratos sociais.

A “moderação de conteúdos” como atividade industrial e de risco a direitos⁵

Ao estabelecer ambientes para produção de conteúdo em massa por seus usuários, plataformas de internet estão livres para criarem suas regras internas de conduta que ditarão o que usuários podem ou não fazer. É este o arranjo que opera nos Estados Unidos, onde a maioria de tais empresas possuem sua matriz, e é verdade no Brasil e em outros países, que reservam a tais corporações um espaço

⁵ Este trecho foi inspirado em relatório do InternetLab de que fui autor (MONTEIRO; BRITO CRUZ; SILVEIRA; VALENTE, 2021).

amplo para definir e aplicar normas em relação a seus usuários.⁶

Essa atividade recebeu o jargão de “moderação de conteúdos”, e pode ser observada em diversos tipos de aplicações de internet que permitem que usuários publiquem conteúdos sem a necessidade de pedirem autorização de quem controla esses espaços.

No início da história da internet, com provedores pequenos e que não possuíam grandes bases de usuários, a elaboração e aplicação de regras privadas nesses ambientes exigia a contratação de pequenas equipes internas ou a delegação desta tarefa para os usuários mais ativos da comunidade. Desde o início, a moderação de conteúdos compreendia uma atividade não só a remoção do conteúdo danoso, mas também o controle de publicações sem qualquer nocividade que simplesmente não estavam de acordo com as normas temáticas daquele espaço. Uma plataforma pode se propor a hospedar apenas resenhas de filme e se negar a dar espaço para receitas de bolo, por exemplo.

O crescimento exponencial destas plataformas tornou essa atividade muito mais complicada. **Se provedores com alguns milhares de usuários (frequentemente pertencente a grupos sociais e linguísticos semelhantes) precisavam de pequenas equipes de gestores, plataformas com centenas de milhões de pessoas conectadas passaram a exigir sistemas de criação e aplicação de regras em uma escala industrial e adaptada à emissão de juízos de valor sobre conteúdos extremamente diversos.** Se a “moderação de conteúdos” é uma atividade chave para que tais plataformas sejam adequadas para uso e atrativas para a hospedar a discussão pública, o gigantismo de tais

6 A amplitude desse espaço varia conforme os sistemas jurídicos em questão, mas no Brasil e nos Estados Unidos não existem leis que obriguem expressamente plataformas de internet a manter no ar determinados conteúdos ou que as responsabilizem por não proibirem determinados conteúdos em seus contratos com usuários, ressalvadas algumas poucas exceções.

plataformas passa a demandar um igualmente gigante sistema de elaboração de regras adaptadas a contextos sociais e linguísticos extremamente diversos, de detecção massiva automatizada de conteúdos potencialmente danosos, de aplicação reiterada e ampliada de regras a bilhões de publicações simultaneamente. Antes mais artesanais, enormes sistemas de revisão de conteúdos são componente indissociável da habitabilidade de plataformas de internet por pessoas dispostas a ali compartilhar suas vidas.

Esses sistemas estão cada vez mais na mira da crítica pública; seja por não alcançarem seus objetivos de removerem conteúdos potencialmente nocivos ou por representarem o controle privado por informação com potencial interesse público ou protegida por liberdade de expressão. De um lado, a afirmação de Joe Biden vocaliza a primeira crítica; de outro, a crítica que Emmanuel Macron, Angela Merkel e outros líderes globais⁷ realizaram sobre empresas de internet suspenderem o perfil do ex-presidente dos EUA Donald Trump identifica-se com a segunda. Embora a atenção tenha se voltado para quando as pessoas mais poderosas do planeta são afetadas, escolhas questionáveis, erros e moderação arbitrária de conteúdo há muito afetam os cidadãos. Episódios de erros ou abusos acontecem diariamente, o que significa que conteúdo foi excluído mesmo que não violasse as regras da plataforma, e que foi mantido aquele que claramente viola.

Em razão da preponderância de tais plataformas na dieta de mídia de países como o Brasil, este escrutínio é fundamental para que essa atividade funcione em favor de uma esfera pública democrática e que contemple direitos de livre expressão dos cidadãos e de seu corolário coletivo, o direito de acesso à informação.

⁷ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2021-01-12/merkel-acha-problematica-a-suspensao-das-contas-de-trump-nas-redes-sociais.html> venha também em: <https://www.axios.com/macron-social-media-bans-trump-twitte-facebook-bf864odo-57do-4747-affb-e91835f9fb84.html>

Com efeito, a moderação de conteúdos por plataformas de internet enormes e controladas por corporações globais posiciona riscos para em relação a direitos humanos. No entanto, é importante perceber que esses riscos não estão só associados à escala ou a qualidade dos sistemas automatizados e recursos humanos mobilizados para a tarefa, mas também pertencem à própria essência dessa atividade. Assim, danos podem ser causados tanto pela insuficiência em detectar o conteúdo que propaga uma cura milagrosa para uma doença grave quanto pela divergência sobre o que é um discurso nocivo em si. Ao operar a ação de remoção ou restrição contra a expressão de usuários de internet, plataformas de internet passarão a emitir juízos de valor sobre diferentes discursos e ingressar em áreas de desacordo social sobre a aceitabilidade desta ou daquela fala.

No caso da pandemia alguns fatores tornam essas decisões ainda mais complicadas. Ao decidirem remover publicações ou perfis que propagam ideias em desacordo com consensos científicos, por exemplo, plataformas de internet tornam-se reféns da atualização de tais consensos – o que pode se mover rápido em um cenário de “esforço concentrado” de cientistas para pesquisar determinada doença, por exemplo. Além disso, o consenso pode estar sendo disputado por diferentes facções de técnicos (como ocorreu em caso de desinformação médica no Brasil⁸), o que desafiará tais empresas a tomarem parte em uma disputa que pode estar ocorrendo entre diferentes “fontes autoritativas”. Por fim, muitos casos demandam uma aderência significativa ao contexto de cada expressão analisada, pois o que é um anúncio formal para determinada audiência pode ser considerado uma publicação satírica para outra a partir de mudanças pequenas no conteúdo.

Assim, o conjunto de complexidades própria da atividade

8 Disponível em: <https://www.internetlab.org.br/pt/liberdade-de-expressao/internetlab-recomenda-que-facebook-adote-estrategias-apropriadas-a-realidade-da-pandemia-no-brasil/>

de moderação de conteúdo em escala a torna impraticável de ser realizada em um padrão “ideal”. Ela precisa ser entendida enquanto uma atividade de risco a direitos, o que deve calibrar as expectativas sociais do que é possível demandar de empresas como o Facebook, Google e Twitter, por exemplo.

Ao criarem e aplicarem regras à expressão de bilhões de usuários, essas corporações estão lidando com uma entropia de conteúdos em escala global e arrogando para si um juízo sobre a liberdade de expressão e o que deve ou não ser parte de ambientes que compõem a esfera pública. A combinação entre esses dois fatores não foi satisfatoriamente equacionada em nenhum outro empreendimento humano, por que haveria de ser neste? Ainda, se existem conflitos sociais concretos sobre a interpretação do que é liberdade de expressão, liberdade de cátedra ou liberdade religiosa, é de se supor que mera existência desses sistemas não resolve tais disputa, mas os reproduzirá. A mera existência de tal construto em escala global significa que conflitos sobre o que pode ou não ser dito ou propagado se reproduzirão nessa mesma escala, com potenciais violações a direito de indivíduos à vista.

O tamanho e a preponderância de tais plataformas enquanto infraestrutura para o exercício da cidadania desafia o próprio pensamento sobre a tutela da liberdade de expressão, por deslocar a discussão da relação Estado-cidadão para o relacionamento entre cidadão-empresa. Nos Estados Unidos, por exemplo, a interpretação jurídica predominante sobre a Primeira Emenda de sua Constituição assevera que as próprias empresas de internet possuem liberdade para estabelecerem critérios para moderação de conteúdos de seus usuários como decorrência de sua liberdade de expressão. Esse deslocamento resulta em uma situação na qual a aplicação de regras por empresas de internet não deve ser considerada como restrição estatal, mas ao mesmo tempo se mostra necessária em sociedades nas quais todas as pessoas podem ser potencialmente

atingidas por publicações de propaganda anticientífica e nocivas caso tais empresas não adotarem freios imbricados em seus produtos.

Esse conjunto de complexidades precisa ser levado em conta quando demandas por “mais ação” desses sistemas são feitas. “Mais ação” em que termos? Quais serão os parâmetros que podem ser cobrados e quais os riscos de aplicação desses parâmetros? Pensando na prática, em que medida podem ser tomadas atitudes em relação a publicações que propagam hesitação em relação a uma vacina que está em discussão na comunidade científica, mas que já pode ser aplicada na população? Como permitir publicações que trazem questionamentos sobre interesses mercadológicos ou políticos escusos sobre um medicamento sem abrir espaço para a propagação de teorias da conspiração mais nocivas e que se constroem a partir da propagação dessas dúvidas?

Quem é responsável pelo combate à desinformação e seus danos?

Os dois primeiros argumentos apresentados impõem o terceiro enquanto consequência lógica. Se as redes sociais são parte do problema – e não o problema todo – e se a sua ação é apenas parte da solução, a tarefa de combate ao negacionismo e à desinformação demandará esforços mais amplos do que regular a existência de plataformas de internet ou seus sistemas de moderação de conteúdo. Com efeito, três exemplos demonstram que uma perspectiva ciente dos riscos envolvidos com esse enfrentamento demanda que a responsabilidade do combate à desinformação seja distribuída à diferentes flancos da sociedade.

O primeiro é de um governante que utiliza seus canais em redes sociais e na comunicação oficial para propagar mensagens negacionistas e falsas sobre uma doença, por

exemplo. Com esse impulso a partir de recursos públicos, tais mensagens conseguem uma expressiva amplificação, ressoando e causando mais danos do que se não fossem endossadas a partir de recursos estatais. Isto posto, de quem seria a responsabilidade de conter esse comportamento ou de demonstrar sua reprovação? Das empresas proprietárias de redes sociais ou das instituições projetadas para fiscalizar e limitar o poder de mandatários, como o Poder Legislativo ou o Judiciário?

O segundo exemplo ocorre quando veículos noticiosos ou influenciadores digitais aceitam publicar anúncios de um tratamento médico polêmico e pretensamente promissor na condição de informe publicitário em seus canais. Neste caso, a veiculação desse anúncio pode estar referendada por membros dissidentes da comunidade científica, como foi o caso do anúncio pago por um grupo de médicos defensores do chamado “kit covid” durante a pandemia da Covid-19.⁹ Como enquadrar as responsabilidades em jogo quando a disseminação de conteúdo é paga – e qual a análise deve ser feita por quem “vende” o espaço publicitário? Medidas iguais devem esperadas de pequenos “influenciadores” que possuem perfis com poucos seguidores e de grandes conglomerados de mídia que comercializam espaço publicitário no atacado?

Por fim, o terceiro exemplo é o de quando se constata que apenas um punhado de usuários de redes sociais é responsável pela disseminação de enorme fatia do conteúdo desinformativo sobre vacinas. A hipótese pode ser ilustrada com dados obtidos quando da publicação do relatório “Os doze desinformantes” pela ONG Centro de Enfretamento ao Ódio Digital (CCDH). Neste relatório, a ONG afirmara que doze perfis são responsáveis por 65% do conteúdo de desinformação antivacina que circulou em língua inglesa

9 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/02/grupo-de-medicos-defende-tratamento-precoce-sem-eficacia-contracovid-19-em-jornais.shtml>

no Twitter e no Facebook no período medido.¹⁰ Com o exemplo em mente, faz sentido defender que estes perfis sejam desativados, o que significa que seus controladores terão não só uma publicação removida, mas sim suspensa a capacidade de falar sobre qualquer outro assunto? A decisão de permanente alijar a participação ou a expressão de um cidadão deve ficar a cargo de quem?

Esses três exemplos revelam que as responsabilidades de contenção ou enfrentamento envolvidas em diferentes etapas de propagação de conteúdos desinformativos nocivos estão distribuídas entre uma miríade de atores públicos e privados. Mais do que constituir casos definitivos, eles ajudam a ilustrar como o enfrentamento ao dano causado pela disseminação de desinformação é uma de tarefa múltiplos responsáveis.

Ainda, existem discussões relevantes para além da lógica da contenção, da remoção ou da obstrução de conteúdos desinformativos, especialmente se considerada a ideia de que uma sociedade democrática haverá de abarcar algum grau tolerância da expressão contrária ao cânone científico por múltiplos motivos – do espaço para heterodoxia, curiosidade, questionamento e curiosidade ao enfrentamento de instrumentalizações do conhecimento científico a serviço de interesses políticos e partidários. Assim, parte da tarefa vai além de erigir barreiras ou projetar sistemas de detecção e avaliação de publicações, mas de empreender a disputa comunicacional real em nome da validade de pressupostos científicos para convencer os interlocutores para além de alcançá-los.

É verdade que projetar esse empreendimento em um ambiente digital inóspito ou repleto de ruído é uma tarefa mais difícil do que se empresas de internet, grandes usuários “influenciadores” e o Poder Público estiverem comprometidos com cumprirem um quinhão de responsabilidades, mas não é isso que dissolverá

¹⁰ Disponível em: <https://www.counterhate.com/disinformationdozen>

o problema que está diante das universidades e de pesquisadores. A frente deles também estará uma tarefa que nunca foi simples – a de convencer a sociedade de que produzir conhecimento a partir de métodos e protocolos reprodutíveis e criticáveis por pares é um valor a ser protegido por sociedades democráticas. Ao enfrentar esse convencimento, dois pontos do diagnóstico são críticos.

Em primeiro lugar, a própria lógica de funcionamento de plataformas de internet pode ser limitante para o aprofundamento de determinados assuntos, mesmo que suas políticas de moderação de conteúdos operem com sofisticação e qualidade. Em nome da coleta da atenção dos usuários-clientes a curadoria de conteúdos pode acabar por desprivilegiar a comunicação e a difusão científica, o que demandará a necessidade de pensar em uma estratégia que transborde os modelos de negócio de tais empresas privadas.

Em segundo, a universidade ou centros de pesquisa dificilmente conseguiram realizar sozinhos uma tarefa como essa em um ambiente de rede, no qual o conteúdo se propaga também a partir da ação de usuários descentralizadamente. Desta forma, isso significa combinar esforços com redes de comunicação científica de baixa ou alta complexidade e que naveguem no ambiente digital a partir desses diferentes graus de abstração. Assim como a lógicas da propaganda em rede podem funcionar para propagar ideais de baixo teor democrático, torna-se chave a costura de redes que garantam que cientistas não estarão sozinhos na tarefa de defenderem seus pressupostos na emergência de conteúdos virais e anticientíficos capazes de causarem danos coletivos (BRITO CRUZ, 2020). Desta forma, se certamente professores e pesquisadores não devem ser pressionados a se tornar “influenciadores digitais” e passarem disputarem atenção e curtidas com blogueiras e blogueiros, isso não quer dizer que estratégias de costura de tais redes não possam ser empreendidas por centros preocupados com a comunicação científica e

a difusão de pesquisa.

...

Se engajar-se nas trincheiras digitais em rede é urgente do ponto de vista operacional na comunicação e difusão científica, a universidade está em posição de ser provocada a ir além e ligar os pontos necessários para que sociedade enfrente a desordem informacional de forma muito mais ativa e baseada em evidências. Do ponto de vista do trabalho de investigação científica, uma série de agendas de pesquisa podem ser listadas de modo não-exaustivo como trilhas de produção de conhecimento conectado com os problemas enfrentados por sociedades democráticas discutidos nesse capítulo.

O estudo da desinformação enquanto fenômeno social é urgente, assim como ferramentas que ajudem a medir sua extensão e afinidade com *affordances* técnicas oferecidas por diferentes intermediários do ecossistema digital. Além disso, é urgente a pesquisa jurídica sobre diferentes técnicas de regulação que podem ser aproveitadas por Estados democráticos e agentes privados para circunscrever e minorar esse fenômeno e seus efeitos deletérios. Ainda nas ciências humanas, faz sentido provocar uma agenda de pesquisa que compreenda como diferentes pessoas recebem e se engajam com tais conteúdos anticientíficos, a fim de serem desenvolvidas táticas mais eficazes que ultrapassem o simples aumento de alcance de informações baseadas em dados precisos. Se tratadas com o efetivo valor estratégico e se estabelecidos os devidos canais de cooperação com atores de diferentes responsabilidades (como vimos anteriormente), o investimento em tais agendas podem possibilitar verdadeiros saltos na produção de diagnósticos e tecnologias que funcionem para sociedades confrontarem o fenômeno da desinformação.

Uma das maiores vítimas da emergência da propaganda anticiência em tempos de redes sociais, a universidade

e os seus pesquisadores e docentes podem ser parte da resposta articulada por sociedades democráticas. Para tanto, devem ser os porta-vozes de diagnósticos sofisticados, demandas por responsabilidades compartilhadas e que respeitem direitos fundamentais e ações em rede que produzam não só a difusão do conhecimento produzido segundo bons protocolos, mas o convencimento de que esse é o melhor método para conhecer a realidade que nos encontramos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. Network propaganda. Nova York: Oxford University Press, 2018

BRITO CRUZ, Francisco. Novo Jogo, Velhas Regras. São Paulo: Letramento, 2020.

MIGUEL, Luis Felipe. Os Meios de Comunicação e a Prática Política. Lua Nova, n. 55/56, p. 155-184, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/ao7n5556.pdf>. Acesso em: 15 set. 2021.

MONTEIRO, Artur Pericles Lima; BRITO CRUZ, Francisco; SILVEIRA, Juliana Fonteles da; VALENTE, Mariana G. “Armadilhas e caminhos na regulação da moderação de conteúdo”, Diagnósticos & Recomendações (São Paulo: InternetLab, 2021).

SCHILLER, Dan. An Historical Approach to Objectivity and Professionalism in American News Reporting. Journal of Communication, v. 29, n. 4, p. 46-57, dez. 1979. Disponível em: <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/29/4/46/4371698?redirectedFrom=fulltext>. Acesso em: 15 set. 2021.

ZUCKERMAN, Ethan. Stop saying “fake news”. It’s not helping. 30 de janeiro de 2017. Disponível em: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>. Acesso em 25 ago. 2021.

WU, Tim. The Attention Merchants: the Epic Scramble to Get Inside our Heads. Nova York: Knopf, 2016. Pp. 291-302.