



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 2, p. 307-318, jul-dez., 2024

“A desinformação é o oposto da informação”: Aspectos e discussões sobre desinformação no Brasil

Por Adriel Cassini, Isadora Prestes e Luísa Herrera

Eugênio Bucci é jornalista e professor universitário. Atualmente é professor titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Bucci é doutor em Ciências da Comunicação pela USP, graduado em Direito e Jornalismo pela mesma instituição onde, desde 2022, desempenha a função de Superintendente de Comunicação Social. Além disso, é membro do Conselho Curador da Fundação Padre Anchieta, do Conselho Deliberativo do Instituto Vladimir Herzog, do Conselho Administrativo do Colégio Santa Cruz de São Paulo e do Conselho Editorial da revista Interesse Nacional. Escreveu, entre outros livros, "O Estado de Narciso" (2015), "A forma bruta dos protestos" (2016), "Existe democracia sem verdade factual?" (2019), "A superindústria do imaginário" (2021) e "Incerteza, um ensaio" (2023).



Nesta entrevista, Bucci aborda conceitos como a desinformação e a superindústria do imaginário através do viés da confirmação e a manipulação mediada por máquinas.

Através do debate conceitual de obras como "O Estado de Narciso", "Existe democracia sem verdade factual?", Bucci trabalha os conceitos e perspectivas sobre a desinformação e informação na sociedade.

O livro superindústria do imaginário aborda como o capitalismo transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Tendo em vista o cenário da crescente desinformação na sociedade, como o imaginário coletivo influencia a propagação de teorias da conspiração, desinformação e manipulação da opinião pública?

A resposta admite vários caminhos; eu vou escolher um deles. A superindústria do imaginário transforma o olhar em trabalho, pois é o olhar que cimenta significações. É a partir do olhar que as massas fabricam sentido. Portanto, olhar é trabalhar, da mesma forma que falar é trabalhar, mas em uma outra ordem. Temos os falantes e temos os 'olhantes', mas a indústria do imaginário aprendeu a comprar e transformar em lucro o trabalho do olhar. Muitas das disputas que ocorrem entre as chamadas Big Techs e entre os agentes dessa superindústria são uma competição por olhar, por atenção, por tempo de dedicação de pessoas que se imaginam em tempo de divertimento, mas

estão trabalhando, estão fabricando sentidos e significados.

Esses significados e boa parte dos atratores do olhar interpelam o sujeito por meio de emoções, sensações e pulsões. Não é o argumento ou o pensamento, nem o domínio simbólico que entra em jogo nesse ponto, mas sim uma espécie de afago no ego ou no 'eu' que atrai e oferece sensações mais ou menos prazerosas.

Isso cria uma economia à parte, estabelece relações específicas entre o sujeito e essa superindústria, e torna muito fácil o estabelecimento de recursos de manipulação, de direcionamento, de estímulos e freios. A máquina psíquica de cada um busca compensações, satisfações e tudo mais. Há estudos que mostram a produção de hormônios e substâncias que ativam certos comportamentos e certas sensações. No decorrer disso tudo, é possível que se exerçam certas formas de controle. Esse é um caminho pelo qual a superindústria do imaginário pode ser bem-sucedida em algumas formas de manipulação.

Outros estudos mostram que mecanismos viciantes ou de adição operam livremente nas plataformas ditas 'sociais' ou

plataformas antissociais. Isso é algo a que se deve prestar atenção, porque a forma de abordagem é uma espécie de escambo, uma espécie de troca, onde o sujeito empresta sua atenção e, em troca, recebe cápsulas quânticas de prazer ou mesmo de gozo. É mais ou menos assim que funciona.

Quando o senhor traz a questão dos prazeres, podemos chegar ao entendimento de alguns estudos que debatem sobre a confirmação que alguns buscam de suas próprias crenças, denominada como pós-verdade. É possível que o imaginário e a pós-verdade convirjam de alguma forma?

Isso seria um outro caminho. Alguns chamam isso de viés de confirmação, que podemos entender como o engendramento de ambientes narcísicos. Quase tudo é narcísico hoje, mas o uso do termo “narcísico” ou “narcisista” se aplica por uma razão precisa. O sujeito olha ao seu redor e vê as confirmações de si mesmo, quase como se estivesse olhando para um espelho, e quase como se esse espelho lhe fosse favorável e o enaltescesse, o paparicasse. Por aí nós entendemos algo das bolhas e por aí podemos seguir uma trilha que vai dar no mesmo lugar. Ou seja, a manipulação é muito possível e uma

manipulação mediada por máquinas, por procedimentos automatizados, que não tem relação com uma ação humana, mas com uma ação desumana, à qual as máquinas recebem a delegação. A partir disso, chegaríamos no mesmo lugar, mas o caminho é diferente.

Professor, partindo do que abordamos nas perguntas anteriores, recordo-me de que, durante a invasão aos três poderes em 8 de janeiro de 2023, havia iniciado a leitura de uma das suas obras: “Existe democracia sem verdade factual?”. Pude perceber que aquele momento aconteceu a partir da manipulação da informação, imagens e vídeos. Levando em consideração esse cenário onde a verdade é posta em xeque em meio à pós-verdade e tendo em vista a manipulação de imagens e vídeos – o que foi agravado pela Inteligência Artificial - podemos considerar que a imagem, mesmo que falsa, fortalece a atribuição de credibilidade desses conteúdos fraudulentos baseados no viés da confirmação?

Eu acredito que sim e assino embaixo na sua colocação. A discussão nesse pequeno livro ‘Existe democracia sem verdade

factual?’ é sempre feita como pergunta, porque a resposta é: não, não pode existir democracia se nos afastarmos das marcas da verdade factual. O que vimos no dia 8 de janeiro de 2023 foi a expressão de um grau extremado de manipulação. Ficou óbvio que aquelas pessoas estavam sendo usadas e não entendiam direito a que interesses estavam servindo. Elas transbordaram das plataformas antissociais para o meio da Praça dos Três Poderes e tiveram ali um instante de entretenimento radical, como se fosse um show de rock ou um esporte radical. Para elas, aquilo foi um momento de prazer que pode tomar formas pouco ortodoxas, como por exemplo, uma pessoa se sentir imbuída de patriotismo ao quebrar o patrimônio público, experimentando um gozo indizível e a sensação de estar salvando o seu país. Sentindo, portanto, que é merecedora de admiração ao espatifar uma vidraça numa democracia. Esse fenômeno aconteceu como um mercado de sensações e passou por uma construção de desinformação. Tenho dito que a desinformação é o oposto da informação, com um grau elevado que muda sua natureza. A desinformação isola o sujeito na confirmação de si mesmo e impede o conhecimento do mundo. Em contrapartida, a informação abre portas para o conhecimento do mundo e ajuda de

alguma maneira a constituir o sujeito em relação ao mundo, porque o conduz a processos de autoconhecimento. Mas a informação só funciona quando tem como âncora aquilo que Hannah Arendt chamou de ‘verdade factual’, enquanto a desinformação só funciona quando rompe com o lastro da verdade factual e instaura no seu lugar o fanatismo.

Nessa medida, a desinformação leva à negação da política. A política precisa da verdade factual e o fanatismo não precisa. É nesse curso que a desinformação é o oposto da informação, mas num grau acima, porque observamos que a informação não cura a desinformação. A informação não dissolve a massa de dados que estrutura a desinformação, pois a desinformação é algo fabricado, não é a ausência de informação, mas sim a presença compactada e excessiva de uma espécie de lixo do entretenimento e isso veda os canais do conhecimento. Por mais informação que se transmita a esses grupos, a esses públicos, não será suficiente e não vai resolver. Eles não agem como agem por uma falta de discernimento informativo, eles agem como agem como resultante de um fanatismo e isso está um grau acima em relação ao que seria informação.

Por isso, eu pensei em um outro conceito recente, uma pista que eu tenho

perseguido, que é a ‘ignorância artificial’. A ignorância não é mais a ausência de saber, e sim o excesso de signos embaralhados e amalgamados entre si que obstruem os canais do saber. Nesse sentido, o sujeito, tragado pela desinformação, não é apenas um sujeito de cabeça oca, a cabeça dele está cheia de outras coisas e ele experimenta uma autossuficiência em relação ao que está aí. Ele é um fanático e um fanático fica fora do domínio da política. Nesse sentido, tem muita ligação a relação que você faz entre o dia 8 de janeiro de 2023 e a discussão sobre democracia e comunicação.

Quando se fala sobre regulação digital, diversos atores sociais e inclusive as próprias *Big Techs* acusam a PL 2630 de ser antidemocrática, por supostamente ameaçar a liberdade de expressão. Como o senhor entende a regulação das plataformas e este projeto de Lei em específico?

Sobre o projeto de lei: ele foi muito alterado ao longo do tempo. Começou de uma forma, teve aperfeiçoamento em uma direção e depois em outra, fez concessões, abriu chance de novos acordos, mas nunca foi bem-sucedido. Nunca conseguiu evoluir nas etapas de aprovação, segue sendo um projeto. Embora tenha passado por

votações, há uma dificuldade de se entender o sentido desse projeto e o princípio que dá base para esse projeto. Me ocupo mais sobre o princípio. O princípio é: a democracia precisa regular as Big Techs e suas atividades, assim como precisa regular as atividades econômicas ou o comércio de informação que ocorre no mundo virtual, na ciberesfera. Muitas forças que resistem a isso alegam que a regulação vai trazer uma forma de censura. Isso é um argumento falacioso, um sofisma, muitas vezes por má intenção e outras vezes apenas por equívoco. Ele é falacioso porque nos países democráticos onde as atividades econômicas e comerciais relacionadas à comunicação foram reguladas, a chance da censura diminuiu. A regulação previne a censura, protegendo a liberdade de expressão individual. Estou falando da nossa história de democracia, portanto estou falando de períodos anteriores ao advento da internet. A existência de regras que protegem a competição entre as empresas e a diversidade de vozes não aumentou a possibilidade de censura, mas sim diminuiu. Isso porque a regulação estabelece regras comuns que valerão para todos os agentes econômicos. Com a regulação, há uma chance menor de formação de monopólios e oligopólios. Isso significa que há, ainda, menos chance

de um grupo fechado impor sua visão e preferências a um conjunto social. Sem a regulação, isso se torna possível. A regulação nas questões de comércio nunca desestimulou os fluxos democráticos, mas o contrário: onde há regulação, a democracia funciona melhor. A economia não é um lugar de selva, a economia é um universo regulado. Trazendo essa experiência para a era das plataformas, das mídias digitais e da IA, fica evidente que o desenvolvimento dessas tecnologias e a aplicação social dessas tecnologias não deveriam ocorrer à margem da lei, a despeito da lei e principalmente acima da lei, como é o que acontece hoje em dia. O princípio é: ou a democracia regula essas tecnologias, ou essas tecnologias mandarão na democracia. Esse é o princípio que devemos observar. Voltando às teses do PL 2630, vamos achar certamente problemas, fronteiras mal definidas porque o mundo está começando a encontrar soluções regulatórias para este fenômeno, mas não podemos abrir mão do princípio de que, se essa atividade econômica não for regulada, ela mandará na democracia. Nós já temos muitos sintomas disso aí: a NVIDIA, por exemplo, o Google, a Microsoft e a Apple têm um valor de mercado estimado em mais de 3 trilhões e 300 bilhões de dólares, isso é quase o

dobro do PIB de um país como o Brasil. Três dessas empresas somam 10 trilhões de dólares de valor de mercado. Outro dado: elas realizam pesquisas e implementam testes dentro dos seus bunkers e isso não é do conhecimento da democracia, dos órgãos de fiscalização. Nós não sabemos o que está sendo construído com o uso dos dados das pessoas que acessam esses serviços. Há algo muito perigoso acontecendo. É por isso que em toda parte se fala em regulação, em limites, em projetos nacionais de regulação de Inteligência Artificial. Não podemos discordar do princípio: não existe possibilidade de uma democracia estável se ela não regular esse tipo de atividade. Pensando nisso, a afirmação de que regulação é censura é uma total cortina de fumaça. A liberdade de expressão é uma garantia, um direito fundamental da pessoa humana e não um direito fundamental de conglomerado. Conglomerados não têm direito de liberdade de expressão, assim como o estado e a prefeitura de uma cidade, por exemplo, eles não têm liberdade de expressão, eles têm o dever de informação e o dever de ser transparentes. Se nós temos um conglomerado mandando no fluxo de informações, aí sim nós temos um atentado contra a liberdade de expressão individual. Quando um grupo

gigantesco começa a fazer algo em nome da liberdade de expressão, o que se tem não é o exercício da liberdade, mas o exercício de abuso do poder econômico.

Muito se fala, hoje, sobre a Inteligência Artificial, principalmente após a popularização do *Chat GPT* aqui no Brasil. O senhor acredita que tecnologias de IA afetarão a forma como nos comunicamos? Ou isso já vem acontecendo?

Isso já acontece e acontece em uma escala que desconhecemos. Recentemente, conversei com um amigo que conhece muito o mercado publicitário. Ele me contou sobre o uso cada vez mais frequente de ferramentas de IA para definir a escolha de canais, meios e veículos que serão usados para cada mensagem e para cada recorte específico de público. No entanto, temos que ter uma certa cautela quando falamos sobre Inteligência Artificial, pois o conceito do que é considerado IA ainda é muito vago. Outro dia, um estudioso deu o exemplo do freio de um automóvel: você pisa no freio de um automóvel e esse freio toma uma decisão. Ele pode decidir travar a roda, fazer uma frenagem paulatina ou uma desaceleração gradual, por exemplo. Ele toma essas decisões com base em premissas que vão se verificar

empiricamente, como por exemplo: a umidade presente no chão, a velocidade do veículo, a inclinação do solo, entre outras variáveis. Portanto, é uma tecnologia que faz uma escolha. É IA? Não, não é.

Hoje, costuma-se associar a IA à presença da linguagem. Há uma certa desenvoltura linguística da máquina implicada na possibilidade de você conhecer procedimentos e transformar esses procedimentos em protocolos algorítmicos que podem ser reproduzidos ou não. Há uma predição, mas nós vemos que a própria definição de IA muda conforme mudam as legislações. Há conceitos e legislações diversas para esse termo. No entanto, o que é importante para nós é entender que ferramentas que tomam decisões e que possuem habilidade linguística estão em uso crescente e interferem sim no nosso modo de viver e nas relações interpessoais. Isso está acontecendo e vai crescer ainda mais. As instituições democráticas, as agências de controle, de regulação não sabem muito bem como elas atuam e elas têm o dever de saber disso.

Se fabricamos um alimento, por exemplo, todo o processo, desde o plantio até o empacotamento para chegar ao supermercado, é fiscalizado pelo poder público. Existem regras para disciplinar

essa produção e distribuição. Existem informações que devem ser disponibilizadas inclusive ao público que vai comprar. Há fiscalização. Com essas ferramentas de IA, nós ainda não temos nada disso. Na internet, recentemente começaram a aparecer os *cookies*¹, por exemplo, mas isso é ainda muito pouco. Nós não sabemos nada sobre esse universo, sobre como os dados são usados e essa é a questão que importa.

A partir de fenômenos sociais e de consumo, como a pós-verdade, a plataformização em rede e até mesmo o uso da inteligência artificial, como o senhor compreende o papel do jornalismo neste século, tendo em vista a constante descredibilização e desvalorização da profissão?

É uma bela pergunta. Isso também é tema para um seminário de muitos dias. Fico sempre hesitante diante de uma pergunta assim, pois não gostaria de apresentar uma solução fácil. Essa tem sido uma grande preocupação minha. Não dá para dizer que o jornalismo é isso ou aquilo, e muito menos o que o jornalismo será daqui para frente. No entanto, precisamos nos

perguntar qual será o lugar institucional da imprensa no futuro, diante de uma sociedade mediada por máquinas, pela imagem e pela superindústria do imaginário. Qual será o lugar da imprensa? Durante muito tempo, parte da imprensa funcionou como órgão de mercado. The New York Times, The Economist e The Washington Post são grandes exemplos. No Brasil, Folha de S. Paulo e Estadão também podem ser citados. Podemos apresentar fórmulas híbridas como a Rede Globo com o Jornal Nacional, mas também temos a BBC e a NPR nos EUA - rede de emissoras públicas sem fins lucrativos que possuem grande presença na esfera pública dos EUA. São fórmulas distintas, mas o que vai acontecer daqui para frente? A democracia não pode abrir mão de uma instituição que faça a verificação do exercício do poder, fiscalizando e informando o público com liberdade radical. Essa instituição não pode ser estatal, não pode ser propriedade privada, nem controlada pelo governo, nem por igrejas e grupos de interesse organizados. Ela precisa ser livre, com compromisso e com direito à informação do cidadão. Durante um bom tempo,

¹ *Cookies* são arquivos de texto que um site envia ao navegador de um usuário. Esses arquivos fornecem dados sobre o perfil e o comportamento de navegação do usuário nas páginas visitadas. O

objetivo dos *cookies* é lembrar informações de visitas anteriores às mesmas páginas *web*, visando facilitar o próximo acesso e otimizar a experiência de navegação.

empresas privadas conseguiram suprir essa função, ao menos em partes. O que acontecerá daqui para frente? Acho que a pergunta que mais importa no nosso tempo é essa: “Qual será o lugar da instituição imprensa?” Se não houver lugar compreensivo, visível, palpável para a instituição da imprensa, não haverá lugar para a democracia, pois um país onde o governo não apenas governa, mas também controla a informação que chega à sociedade, não pode ser considerado livre e nem democrático. Um retrato desse fenômeno pode ser observado na Rússia. Nesse sentido, respondo a esta pergunta com mais uma questão: **qual é o lugar da instituição da imprensa numa democracia mediada por máquinas?**

Em vários textos, com destaque ao livro Superindústria do Imaginário, o senhor enfatiza a necessidade dos pesquisadores da comunicação se voltarem à compreensão da “fábrica de signos”. A seu ver, como a superindústria deve ser então analisada e trabalhada nos estudos do campo da Comunicação? Ou seja, haveria visões teóricas e metodologias de pesquisa mais adequadas a esta compreensão, na sua opinião?

Tenho feito uma observação muito simples: na Superindústria do Imaginário,

a comunicação é um processo que fabrica signos. Ela não é apenas um domínio periférico onde acontecem as trocas simbólicas, ou uma face, uma textura, uma membrana sobre a qual trafegam mensagens entre receptor e emissor. A comunicação torna-se o centro do capitalismo. Tenho procurado afirmar e demonstrar isso. Não é à toa que as empresas mais valiosas de toda a história do capitalismo sejam, hoje, as empresas que desenvolvem uma comunicação na era digital. A comunicação é o centro da nossa economia, é o centro de um modo de produção que é o modo de produção da Superindústria do Imaginário. Portanto, o estudo da comunicação precisa levar isso em conta.

Sei que estou expondo algo ainda muito distante, pois isso é algo que acontece, que está aí aos olhos da humanidade, mas que ainda não foi assimilado pela organização dos saberes do campo da comunicação. Se perdermos de vista que a comunicação é o centro do capitalismo, estaremos sempre estudando fenômenos laterais e não aquilo que mais importa. O que fabrica riqueza? Hoje, o que fabrica riqueza está na comunicação, é a exploração do olhar, é a economia da emoção, da atenção, é o fluxo de dados nas plataformas. É isso que fabrica a riqueza. Não é a saca de arroz, de café, não são as commodities, não é o

petróleo. É a comunicação. Por que a indústria do chip é tão importante estrategicamente? Porque ela abastece a comunicação, a inteligência artificial na comunicação. Conhecemos os usos da Inteligência Artificial nas guerras, em operações militares, na medicina, mas é sempre algo ligado à comunicação, à comunicação de dados, à informação. Tenho insistido nisso: se não entendermos, na escola de comunicação, que a comunicação é o centro do capitalismo, perderemos de vista o que mais importa.

Ainda falando da obra Superindústria do Imaginário, nos capítulos finais do livro, o senhor afirma que a ação política democrática é a única via adequada para a superação das contradições capitalistas atuais. Considerando o domínio e efeitos de distorção do capital sobre o espaço público, o senhor visualiza espaços para desenvolver tal ação política na sociedade brasileira de hoje? Quais seriam eles?

As ideias que articulei no final da Superindústria precisam ser vistas na perspectiva de um dilema que oporia a ação democrática a uma intervenção violenta e revolucionária. No meu modo

de entender as coisas, não temos mais a possibilidade histórica de arriscar mudanças que viriam por métodos violentos, de repressão brutal, de aniquilamento de adversários. Isso não tem mais lugar, não é mais possível.

No tempo da Revolução Francesa, talvez até o começo do século XX, essa possibilidade era historicamente compreensível. Depois, tornou-se muito difícil. Mesmo a Revolução Francesa, ela deu errado numa perspectiva de continuidade. Degenerou-se no período do chamado “terror”, em 1794, quando Saint-Just, Danton e Robespierre foram guilhotinados. Depois, aquilo deu lugar ao bonapartismo, ocorreu a restauração da monarquia... deu tudo errado. O fio condutor que são os Direitos do Homem e do Cidadão atravessou períodos muito diferentes e é difícil dizer que isso deu certo. As ideias venceram, as ideias iluministas, mas nos Estados Unidos a experiência histórica foi diferente, um pouco com essas mesmas ideias. Portanto, isso é muito discutível, é uma questão que não dá para fechar e dar por encerrada, com um entendimento categórico.

O que procuro argumentar é que não podemos nos dar a licença de trabalhar com projetos que empreguem a violência. Não dá mais para fazer isso. A única chance que temos é o exercício da

política e a expansão das bases que sustentam uma política democrática, incluindo mais gente naquilo que a democracia pode oferecer de resultados materiais da sua experiência. Então, mais gente tem que ter comida, mais gente tem que ter emprego... sempre no exercício da democracia.

Como isso pode acontecer no Brasil? Acho que em um fio duplo, em dois trilhos: de um lado, atenção para o que podemos chamar de entregas materiais da democracia, ou seja, a democracia precisa ser uma forma social que traga compensação material. Ela não pode ser apenas um regime de liberdade em que todo mundo passa fome, em

muitos sentidos. Ela precisa ser uma via que inclua mais gente e que as pessoas vivam melhor e bem, isso precisa ser cuidado. De outro lado, precisamos ter atenção para a forma da democracia. Um cuidado formal com a democracia, um cuidado de prestar atenção nos processos decisórios. Precisamos respeitar os processos, aperfeiçoar os processos, não podemos ir aos solavancos, não podemos usar de rupturas, mesmo que pacíficas, toda hora: a democracia precisa respeitar sua própria rotina e aperfeiçoar e fortalecê-la. O cuidado formal é de extrema importância.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

ADRIEL HENRIQUE FRANCISCO CASSINI

Mestrando em Comunicação pelo programa de pós-graduação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP), Especialista em Jornalismo Digital pela Universidade de Uberaba (Uniube), MBA em História da Arte pelo Centro Universitário Estácio de Sá de Santa Catarina e graduado em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Sagrado Coração (Unisagrado). Membro do Grupo de Estudo sobre a Nova Ecologia dos Meios (GENEM).

E-mail de contato: adriel.cassini@unesp.br

ISADORA DA SILVA PRESTES

Mestranda em Comunicação pelo programa de pós-graduação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP), Especialista em Gestão de Vendas e Marketing pela Universidade Paranaense e graduada em

Publicidade e Propaganda pela Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná (UNICENTRO). Membro do grupo de pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais (ComMov).

E-mail de contato: isadora.prestes@unesp.br

LUIZA LAMKOWSKI HERRERA

Mestranda em Comunicação pelo programa de pós-graduação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP) e bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Membro do grupo de pesquisa Laboratório de Estudos da Imagem (LabImagem) da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP).

E-mail de contato: luisalamkowski@gmail.com