

Divulgação científica, desinformação e direitos humanos

Divulgación científica, desinformación y derechos humanos

Scientific Dissemination, Misinformation, and Human Rights

Magno Medeiros¹

Resumo: Um dos grandes desafios da ciência contemporânea é promover a difusão do conhecimento em tempos de desinformação. Um obstáculo se antepõe à divulgação científica: a produção industrializada de falsidades, que acaba por distorcer, falsificar, fraudar, descontextualizar e/ou sonegar informações sobre conteúdos científicos. As chamadas *fake news* se tornaram, hoje, as principais barreiras contra a popularização da ciência. O artigo discorre sobre questões conceituais e históricas referentes à desinformação, entendida como arma poderosa de estratégia política e de guerrilha ideológica. Discute pesquisas sobre o discurso negacionista em relação à pandemia de Covid-19, que inundou o Twitter com mensagens falaciosas sobre a suposta cura da doença em virtude do tratamento precoce – discurso esse contestado por autoridades sanitárias. Aborda a violação dos direitos humanos nas redes, especialmente por conta 1) da omissão e inoperância de instituições governamentais; 2) da falta de transparência por parte das plataformas digitais; e 3) do modelo de negócios dos conglomerados tecnológicos. O enfrentamento à desinformação passa por mudanças nessa arquitetura econômica, de modo a buscar uma rede de comunicação mais plural, democrática e respeitadora dos direitos humanos.

Palavras-chave: Desinformação; divulgação científica; direitos humanos; plataformas digitais; redes sociais.

Resumen: Uno de los grandes desafíos de la ciencia contemporánea es promover la difusión del conocimiento en tiempos de desinformación. Frente a la divulgación científica se levanta una barrera: la producción industrializada de falsidades, que termina distorsionando, falsificando, defraudando,

¹ Doutor pela USP, professor titular da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás; pesquisador e docente do Programa de Pós-Graduação em Direitos Humanos e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFG; pós-doutorando pela UnB. E-mail: magno@ufg.br.

descontextualizando y/o ocultando información sobre contenidos científicos. Las llamadas “fake news” se han convertido, a día de hoy, en las principales barreras a la popularización de la ciencia. El artículo aborda cuestiones conceptuales e históricas en torno a la desinformación, entendida como poderosa arma de estrategia política y de guerrilla ideológica. Aborda la investigación sobre el discurso negacionista en relación a la pandemia del Covid-19, que inundó Twitter con mensajes falaces sobre la supuesta cura de la enfermedad por el tratamiento temprano, discurso contestado por las autoridades sanitarias. Aborda la violación de los derechos humanos en las redes, especialmente a causa de 1) la omisión e inoperancia de las instituciones gubernamentales; 2) la falta de transparencia por parte de las plataformas digitales; y 3) el modelo de negocio de los conglomerados tecnológicos. La lucha contra la desinformación implica cambios en esta arquitectura económica, con el fin de buscar una red de comunicación más plural, democrática y respetuosa de los derechos humanos.

Palabras clave: Desinformación; divulgación científica; derechos humanos; plataformas digitales; redes sociales.

Abstract: One of the great challenges of contemporary science is to promote the dissemination of knowledge in times of misinformation. An obstacle stands in the way of scientific dissemination: the industrialized production of falsehoods, which ultimately distorts, falsifies, forges, decontextualizes, and/or withholds information about scientific content. So-called fake news has today become the main barrier to the popularization of science. The article discusses conceptual and historical issues related to misinformation, understood as a powerful weapon of political strategy and ideological warfare. It examines research on denialist discourse regarding the Covid-19 pandemic, which flooded Twitter with fallacious messages about the supposed cure for the disease through early treatment—a discourse contested by health authorities. It addresses the violation of human rights on social networks, especially due to 1) the omission and inaction of government institutions; 2) the lack of transparency on the part of digital platforms; and 3) the business model of technological conglomerates. Confronting misinformation requires changes in this economic architecture to seek a more plural, democratic communication network that respects human rights.

Keywords: Misinformation; scientific dissemination; human rights; digital platforms; social networks.

Divulgação científica em tempos de desinformação

Certamente, um dos maiores desafios da ciência contemporânea é promover a difusão do conhecimento produzido e compartilhado na/pela Universidade em tempos de desinformação. A ciência tem avançado muito na produção de conhecimento metódico e sistematizado, desde universidades e instituições de ensino, pesquisa e inovação. E essa produção vem crescendo significativamente, tanto em termos quantitativos quanto qualitativos. No entanto, um obstáculo se antepõe à ciência e à divulgação científica: a produção industrializada de desinformação, que acaba por distorcer, falsificar, fraudar e/ou sonegar informações sobre conteúdos e métodos científicos. Com efeito, as chamadas *fake news* se tornaram, hoje, as principais barreiras contra a popularização da ciência no mundo contemporâneo, violando, assim, os direitos humanos.

Antes de abordar essa questão, convém definir o conceito de divulgação científica. Essa expressão é comumente confundida com outros termos correlatos: comunicação científica, vulgarização científica, jornalismo científico, popularização da ciência, etc. Cada um desses termos, entretanto, possui uma definição conceitual específica.

A bem da precisão conceitual, definimos divulgação científica como o conjunto de ações estratégicas que tem por objetivo difundir o conhecimento científico para públicos não especializados. Entendendo-se por públicos não especializados as pessoas comuns, leigas, que não detêm conhecimento aprofundado ou suficientemente elaborado sobre certos temas e assuntos delimitados academicamente. A divulgação científica é, destarte, de fundamental importância para o desenvolvimento da sociedade, pois possibilita, por meio de linguagem adequada e acessível, a popularização da ciência, a circulação de conceitos, teorias, metodologias e resultados de pesquisas para a população em geral.

De acordo com Wilson Bueno (2010), é preciso definir com precisão os conceitos de divulgação científica e comunicação científica, comumente confundidos:

A divulgação científica cumpre função primordial: democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica. Contribui, portanto, para incluir os cidadãos no debate sobre temas especializados e que podem impactar sua vida e seu trabalho (Bueno, 2010).

Aqui, é importante sublinhar o termo “democratizar”, pois é disso que se trata: democratizar e facilitar o acesso ao conhecimento científico para todas as pessoas interessadas, partícipes da sociedade em que estão inseridas como cidadãos. Importa também destacar a relevância da alfabetização científica como forma de qualificar as pessoas em relação aos métodos e às teorias científicas, de modo que possam, minimamente, dominar as linguagens e os conteúdos tematizados pela ciência.

Por outro lado:

A comunicação científica visa, basicamente, à disseminação de informações especializadas entre os pares, com o intuito de tornar conhecidos, na comunidade científica, os avanços obtidos em áreas específicas ou a elaboração de novas teorias ou refinamento das existentes (Bueno, 2010).

Em outros termos, a comunicação científica é voltada para a comunidade interna de especialistas, enquanto a divulgação científica busca alcançar o público não especializado, a comunidade leiga. Em suma, a comunicação científica fala para dentro da bolha de pesquisadores da mesma área do conhecimento, enquanto a divulgação científica procura interagir com o grande público, ou seja, a sociedade em geral.

A divulgação científica pode/deve organizar-se, institucionalmente, em uma política pública, de modo a delimitar claramente seus princípios, valores

e objetivos. No caso da Fundação Oswaldo Cruz, por exemplo, a sua Política de Divulgação Científica (Fiocruz, 2021) é pautada pelos seguintes princípios: ciência e democracia; ciência e desenvolvimento sustentável; solidariedade como princípio de funcionamento da ciência; diálogo e compartilhamento do conhecimento; ciência como parte integrante dos direitos humanos.

Entende-se que a ciência deva estar associada à cena democrática, de modo que garanta oportunidades igualitárias tanto no campo do fazer científico quanto no campo do usufruto isonômico de seus benefícios. Mas para cumprir plenamente a sua função social, a ciência deve contribuir para o desenvolvimento sustentável, haja vista que não mais se admite o uso exploratórios dos recursos naturais, que são limitados e esgotáveis.

A solidariedade entre pesquisadores e entre seus apoiadores, financiadores e beneficiários é pressuposto importante para se manter um bom nível de funcionamento da ciência. Isso requer diálogo permanente entre cientistas, governos, universidades, institutos de pesquisa, agências de fomento, etc., de maneira que o conhecimento possa ser produzido e compartilhado.

Por fim, é imprescindível reconhecer que a divulgação científica não implica apenas em necessidade de vitrine para a produção científica. Mas que isso, é um direito humano fundamental, sem o qual não há bem-estar social e nem tampouco democratização do acesso ao conhecimento por parte de comunidades diversas. Trata-se, portanto, de um princípio que invoca a geração, o compartilhamento e o usufruto de avanços e inovações que impactem o desenvolvimento social, econômico, político e cultural da sociedade.

Desinformação: aspectos históricos e conceituais

O conceito de desinformação tem sido definido de forma variável e imprecisa (Santos-D'Amorim; Miranda, 2021). Para não restar dúvidas, vale ressaltar que a desinformação possui intencionalidade: ela carrega uma informação falsa ou imprecisa cuja intenção deliberada é enganar (Wardle; Derakshan,

2017). A desinformação é, portanto, uma prática discursiva construída com o objetivo de enganar e causar algum tipo de dano, principalmente no campo político. Trata-se de ação propositalmente fabricada ou manipulada para enganar determinado público, causando-lhe certo prejuízo social, político, econômico, psicológico e/ou cultural.

A desinformação não é fenômeno novo, ao contrário, ele sempre existiu, historicamente (Paganotti, 2020). Não começou com a Internet; desde quando as diversas populações disputam espaços de poder – e isso remonta aos tempos neolíticos –, há processos informativos e desinformativos. Um exemplo clássico, ocorrido no século passado, é o caso *War of the worlds*, protagonizado por Orson Welles. Em 1938, Welles narrou uma fictícia “Guerra dos Mundos” na rádio CBS, e a história inventada deliberadamente acabou gerando pânico no público ouvinte, que acreditou na suposta invasão alienígena ao planeta Terra. O locutor e o programa radiofônico gozavam de grande credibilidade à época, o que corroborou para a construção de uma narrativa aparentemente verídica, porém, deliberadamente artificial e sensacionalista. Foi, sem dúvida, um caso exemplar de desinformação via meios de comunicação massivos.

Se a desinformação sempre existiu, o que a diferencia da dos tempos atuais? Qual a novidade? De forma sintética, existem dois fatores que marcam a desinformação em tempos de internet: escala e direcionamento. Explicando: hoje, os fluxos informativos ou desinformativos ocorrem em escala planetária, com grande velocidade. Os recursos tecnológicos da Era Digital permitem que esses fluxos operem em alta velocidade de propagação e com alcance global. A viralização de vídeos, posts, memes, etc., é um exemplo de como certos conteúdos podem alcançar milhões de visualizações em poucos minutos por meio das redes sociais.

Outra característica importante refere-se ao direcionamento de conteúdos digitais a públicos específicos. Usando de algoritmos, as plataformas digitais conseguem não apenas ampliar ou reduzir o alcance como também direcionar certos conteúdos para determinados públicos, cirurgicamente

selecionados. A coleta de dados pessoais viabilizam a seletividade das mensagens a serem disponibilizadas no feed dos internautas. Assim, as *big tech* conseguem mapear e direcionar mensagens, construindo e reforçando as bolhas informativas e desinformativas da internet.

Há diferentes tipos de desinformação (Wardle; Derakshan, 2017), haja vista as diversas nuances e interfaces que as caracteriza como um fenômeno complexo. Com efeito, a desinformação possui a seguinte tipologia:

- Conteúdo enganoso: Quando a desinformação cria um enquadramento falacioso, capaz de enganar e de produzir uma percepção negativa;
- Conteúdo impostor: Quando certos conteúdos são publicados por impostores de fontes reais;
- Conteúdo fabricado: Quando as informações veiculadas são completamente falsas (vulgarmente chamadas de *fake news*);
- Conexão falsa: Quando se cria uma relação falsa entre dois conteúdos (por exemplo, entre um título e o texto, de modo que a chamada não reflète com precisão/adequação o conteúdo da matéria);
- Contexto falso: Quando se cria um pano de fundo falso para um conteúdo verdadeiro, provocando uma contextualização distorcida;
- Conteúdo manipulado: Quando os fatos são deliberadamente manipulados para enganar e ludibriar o público-alvo.

Note que o termo *fake news* se refere, popularmente, a informações falsas, o que remete a conteúdos fabricados intencionalmente para enganar. Vale ressaltar, entretanto, que, a rigor, este termo possui uma definição conceitual ambígua, pois não se trata de notícias, especificamente, mas de informações falsas, criadas com o intuito de enganar e de causar danos. O termo *news* (notícias) é, assim, empregado de forma inapropriada. Decorre daí o entendimento de que se trata de uma expressão inadequada e imprecisa do ponto de vista conceitual.

O ex-presidente Donald Trump foi um dos responsáveis pela popularização do termo *fake news*, uma vez que ele sempre se envolvia em polêmicas por conta do sentido político atribuído a essa expressão. Quando criticado politicamente pela imprensa estadunidense, o republicano refutava as críticas alegando ser vítima de *fake news*. Justo ele que na campanha eleitoral de 2016 usou e abusou da desinformação visando degradar a imagem política de seus adversários, sobretudo da então rival democrata Hillary Clinton. Ou seja: Trump foi beneficiário direto das *fake news* que a sua campanha eleitoral produziu, conseguindo, com isso, eleger-se como o 45º presidente dos EUA, e, ao mesmo tempo, foi usuário constante dessa expressão, que ele manipulava como arma política para acusar a imprensa crítica ao seu governo.

As *fake news* (D’Ancona, 2018), como arma política, não foram usadas somente nos EUA. Em vários países do mundo tal fenômeno também ocorreu. Em especial, houve no Brasil um intenso processo de desinformação nas eleições de 2018, quando o então candidato Jair Bolsonaro (então PSL) difundiu uma série de *fake news* durante a campanha eleitoral, atingindo principalmente o seu adversário do PT. O denominado *kit gay*, por exemplo, nunca existiu de fato, mas foi amplamente usado na campanha para atingir politicamente o seu principal adversário, Fernando Haddad, com quem disputaria o segundo turno.

Observadores internacionais da Organização dos Estados Americanos (OEA) afirmaram em relatório independente que a difusão de *fake news* no Brasil, em 2018, foi “sem precedentes”, tamanha a dimensão do processo de desinformação desenvolvido naquelas eleições, via redes sociais e aplicativos de mensagens, sobretudo o WhatsApp. Segundo o Ibope Inteligência, 90% das pessoas entrevistadas afirmaram ter recebido algum tipo de *fake news* nas eleições de 2018, ou seja: o próprio eleitorado reconheceu que as disputas eleitorais foram travadas com o uso de boatos e informações falsas/enganosas visando impactar o resultado do pleito.

Desinformação como arma política

Em disputas por espaços de poder, a desinformação não é mera ação retórica contra os adversários. Mais do que isso: pode tornar-se arma poderosa de estratégia política e de guerrilha ideológica. A busca por hegemonia discursiva e silenciamento dos oponentes faz parte da guerrilha informativa ou desinformativa. Nesse embate, costuma-se utilizar fábricas de *trolls*, grandes fazendas de robôs e robustos processos de automatização (*bots*). Portanto, não se trata de simples guerrilhas discursivas, mas de práticas industrializadas de desinformação, que produz boatos e falsas notícias, distorcendo fatos, difamando ou caluniando adversários. Travestidos de “notícias”, uma grande multiplicidade de sites, blogs, canais, páginas de internet e conversas de aplicativos de mensagens acabam por produzir pseudojornalismo e pseudociência (Fontes, 2021).

Mas a desinformação como arma política só tem efeito porque encontra um ambiente propício em termos sociais, políticos e econômicos, ou seja, é preciso que haja uma série de grupos sociais que funcionem como caixa de ressonância, isto é, que apoiem tais mensagens e as replique em suas redes sociais e grupos de conversação. Há, na verdade, um contexto sociopolítico que favorece a proliferação desse tipo de conteúdo, altamente conservador em termos religiosos e de costumes, e ultraliberal em termos econômicos. E é justamente neste ambiente que vem crescendo no mundo inteiro, desde 2013, uma onda política conservadora. O mundo vem assistindo ao crescimento da chamada nova direita. Uma das organizações internacionais que fomenta essa onda ultraconservadora é *O Movimento*, liderada por Steve Bannon, ex-estrategista da campanha eleitoral de Trump. Trata-se, pois, de uma batalha entre gigantes econômicos multinacionais, que buscam expandir cada vez mais a concentração de riquezas e a ampliação de poder nas instâncias governamentais.

Como vimos anteriormente, a desinformação tem várias caras. Às vezes, ela se transforma em infodemia, que é uma epidemia de informações que mais ofuscam que esclarecem a população. Esse termo, popularizado pela

Organização Mundial de Saúde (OMS), se refere ao excesso de informações, precisas ou imprecisas, verdadeiras ou falsas, de forma a impossibilitar o esclarecimento diante do caos informativo. Assim, a infodemia – ou desinfodemia (Santos-D’Amorim; Miranda, 2021) acaba por inviabilizar a identificação de fontes idôneas, que ofereçam orientações confiáveis.

Um dos grandes problemas em tempos de internet é justamente o modelo de negócios imposto pelas *big tech*, especialmente Google, Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp etc.), Twitter, Microsoft e Apple. Essa arquitetura comercial de grandes conglomerados digitais é fruto dessa estrutura hiperconcentrada e que impõe forte controle da comunicação. Modelo de negócios esse que favorecem a difusão de conteúdos desinformativos, uma vez que estes têm maior potencial de visualizações e engajamento. O discurso de ódio, assim, prospera nesse ambiente cujos algoritmos favorecem a lógica do lucro por meio da viralização e da taxa de cliques. A monetização da desinformação opera transformando visualizações/cliques em dividendos. Isso ocorre, por exemplo, com o *AdSense*, serviço de publicidade do Google, por meio do qual sites, páginas e canais podem obter lucros com base na quantidade de cliques e visualizações de anúncios ali publicados.

Conteúdos com desinformação campeiam, portanto, em terreno muito lucrativo para as grandes plataformas digitais. Trata-se, pois, de verdadeira guerra de titãs tecnológicos, cujos patrimônios são realmente vultosos². Essas empresas coletam, tratam e vendem dados pessoais dos usuários para fins publicidade, direcionada a públicos segmentados. Usam técnicas de psicométrica para mapear e gerar interesses, distribuindo, de forma automática, conteúdos estratégicos.

O escândalo da *Cambridge Analytica* demonstrou como o Facebook operou, ilegalmente, em coleta de dados particulares de 50 milhões de usuários, para fins de manipulação política e eleitoral em diversos países. Tais estratégias subterrâneas e ilegais fazem parte da chamada guerra híbrida

² De acordo com dados da revista Forbes (2029): Apple: US\$ 206 bilhões; Google: US\$ 167,7; Microsoft: US\$123,5; Amazon: US\$ 97; e Facebook: US\$ 88,9.

(Castro, 2021), na qual certos países, a exemplo dos EUA, aliados a grandes corporações, desenvolvem estratégias não bélicas para enfraquecer ou derrotar os seus inimigos. Neste novo tipo de guerra, as armas são outras: imposição do caos social, político e econômico; manipulação das pessoas em torno de objetivos táticos, com forte uso estratégico e persuasivo da propaganda, da psicologia e das redes sociais.

Ao mesmo tempo em que as grandes corporações tecnológicas avançam nessa guerra híbrida e em processos de desinformação, há, por outro lado, mecanismos de resistência por parte de governos e da sociedade. A União Europeia, por exemplo, em 2018, multou a Google em 4,3 bilhões de euros por exercer hiperconcentração de mercado e por operar práticas anticompetitivas.

Pandemia de desinformação: Estudo de caso da suposta “cura” da Covid-19

Para abordar a questão da desinformação no Brasil contemporâneo, iremos nos apoiar em um estudo de caso desenvolvido por Raquel Recuero e Felipe Soares, que lança luzes sobre a chamada pandemia de informações falsas, distorcidas e/ou descontextualizadas no âmbito do Twitter. A coleta de dados empíricos, realizada em março de 2020, analisou 57.295 *tweets* que continham as palavras-chave “coronavírus” e “cura” para Covid-19 (Recuero; Soares, 2021). Os autores analisam a circulação informativa ou desinformativa e as disputas discursivas no Twitter, investigando os “nós” e as “conexões” dessa esfera pública digital.

Segundo Recuero e Soares (2021), a desinformação pode se revestir de cinco formas específicas para enganar, falsificar, fraudar, distorcer, ocultar, omitir e/ou ludibriar um determinado público-alvo. Os tipos predominantes são:

- Informação fabricada: Informação completamente falsa, fabricada ou sem nenhuma evidência, como as teorias da conspiração;

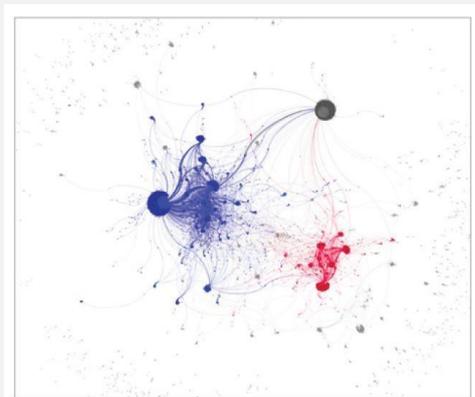
- Enquadramento enganoso: Informações verdadeiras utilizadas para criar um sentido falso pela forma como são apresentadas e pelos tipos de conexões estabelecidas;
- Falsa conexão, falso contexto, conteúdo enganoso;
- Informações manipuladas: Informações parcialmente verdadeiras, porém, manipuladas para construir um falso sentido;
- Imagens manipuladas de modo a acrescentar ou retirar uma informação essencial para a sua compreensão.

Como se nota, os processos de desinformação são complexos e se utilizam de diferentes recursos discursivos para mascarar uma dada realidade e, assim, perpetrar danos políticos e psicológicos. Os ataques sutis ou explícitos, embora ocorram no campo narrativo e simbólico, possuem o poder de lesar gravemente certas pessoas e grupos sociais vulneráveis.

Esses estratégias discursivos ocorrem por meio de influenciadores digitais, que podem ser os chamados de “líderes de opinião” – agentes com grande visibilidade e certa reputação social, capazes de influenciar em posicionamentos de usuários da internet. Mas há também outro perfil, igualmente importante: os usuários muito ativos na rede, que influenciam discussões ao dar visibilidade a certas temáticas e opiniões.

Recuero e Soares (2021) delimitaram o recorte temporal da pesquisa em três períodos. Assim, a coleta de dados empíricos do primeiro intervalo de tempo ocorreu de 20 a 22 de março de 2020, quando se apurou que os desmentidos superaram os discursos desinformativos. O grafo abaixo demonstra a rede de conversação sobre a “cura” do coronavírus no Twitter, neste período.

Grafo 1: Discurso informativo ganha a primeira batalha

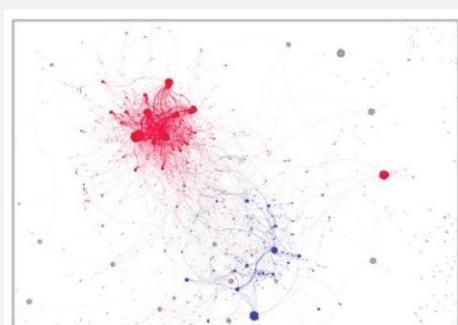


Fonte: Recuero e Soares, 2021

Em vermelho, observam-se “nós” que publicaram conteúdos de desinformação. Em azul, notam-se os “nós” que fizeram os desmentidos correspondentes. Neste recorte, portanto, a informação venceu a desinformação.

Entretanto, a situação se inverte nos dias seguintes. De 23 a 25 de abril de 2020, os conteúdos de desinformação no Twitter são amplificados. Veja o grafo:

Grafo 2: Discurso informativo ganha a primeira batalha



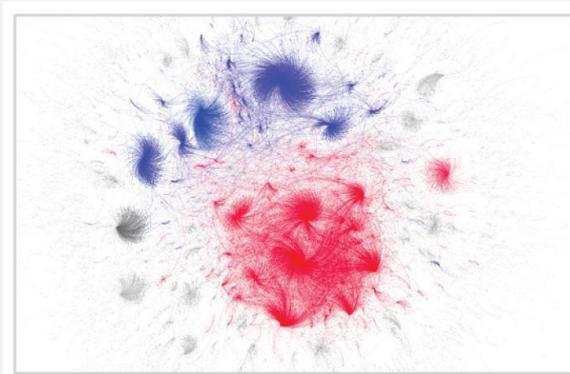
Fonte: Recuero e Soares, 2021

Em outras palavras, a conversação sobre a “cura” do coronavírus no *Twitter* entre 23 e 25/03 rendeu aos negacionistas uma vitória estratégica. Note, com efeito, que os pontos em vermelho são mais evidentes que os em

azul, isto é, os conteúdos de desinformação foram mais intensos e mais numerosos que os informativos.

O que se observa é que a disputa narrativa se acirra bastante, desencadeando mais conteúdos desinformativos no período de 27 a 29/05 de 2020. Confira o grafo:

Grafo 3: Desinformação ganha a terceira batalha da guerrilha digital:



Fonte: Recuero e Soares, 2021

Como se pode observar, os “nós” e as “conexões” azuis são minoritários em relação aos vermelhos. Isso significa que os discursos negacionistas acabaram aumentando em volume e em quantidade, reforçando a falácia de que existia “cura” para a Covid-19 a partir do “tratamento precoce”, o que não tem respaldo científico. Esses “nós” vermelhos correspondem aos líderes de opinião dessa guerrilha desinformativa. A maioria deles é composta por personalidades alinhadas ao discurso político de Bolsonaro.

As disputas discursivas colocaram em oposição dois grupos de usuários do Twitter: de um lado, alguns líderes de opinião e ativistas políticos, que produziram desinformação, ancorados nas declarações de Bolsonaro; e de outro lado, jornalistas e pesquisadores(as), que produziram mensagens mais técnicas desmentindo conteúdos falsos e enganosos.

De acordo com Recuero e Soares (2021), a principal estratégia dos negacionistas consistia em fazer uso de informações factuais enquadradas de modo a desinformar, seja por uma falsa associação ou seja por uma manipulação

da informação original. Os negacionistas buscam, assim, legitimar o discurso desinformativo por meio da reinterpretação de informações verdadeiras e da distorção narrativa dos fatos. Criavam falsas associações, associavam o uso da cloroquina à cura da Covid-19, em consonância com o posicionamento ideológico do presidente da República, e insistiam no uso de medicamentos do chamado “Kit Covid” (não reconhecidos cientificamente na prevenção e no tratamento desta doença) como se fossem responsáveis pela supostamente “cura”.

E, ainda, focavam no número de pessoas recuperadas e não no número de pessoas mortas, como se fosse possível sonegar o peso desses dados do ponto de vista epidemiológico. Portanto, nessa ótica torta, a doença não teria tanta importância assim. Contudo, ao superar o número de 620 mil mortes por conta do novo coronavírus, o governo federal do Brasil se coloca como um dos piores quanto ao enfrentamento da pandemia, segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS).

Recente pesquisa desenvolvida pela Universidade de Oxford revela que conteúdos desinformativos e sensacionalistas são compartilhados, curtidos e comentados até quatro vezes mais do que matérias informativas. Em outros termos, a desinformação funciona como um vírus: viraliza e pode até matar em face de uma pandemia de ignorância política.

Considerando tal potencial epidêmico da desinformação (Spinelli; Santos, 2020), recomenda-se adotar alguns cuidados essenciais antes de compartilhar algum conteúdo nas redes sociais: 1) confira sempre a fonte das notícias, verificando se foi publicada ou não em jornais, revistas, sites, blogs e páginas confiáveis; 2) use sempre o senso crítico e seja cético em relação ao que lê e vê na internet e nos meios de comunicação em geral; 3) leia a notícia completa para não emitir opinião baseada somente no título ou na chamada; 4) confira a data da notícia para evitar o compartilhamento de informações desatualizadas, e 5) não se deixe enganar pelo alarmismo, que busca captar a sua atenção por meio de conteúdos e formatos apelativos e sensacionalistas. Enfim, esteja atento, pois há uma verdadeira indústria de desinformação,

especialmente financiada para se obter vantagens econômicas, políticas, comerciais e ideológicas.

Violação dos direitos humanos nas redes

Segundo o Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 2021), todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser censurado e o de procurar e receber informações e ideias por quaisquer meios. Isso significa que faz parte dos direitos humanos a livre manifestação de opinião e de expressão, princípio consagrado também pela Constituição Federal do Brasil. Sobre essa questão, a ONU é clara em seu posicionamento, expresso na Declaração Conjunta sobre Liberdade de Expressão e Fake News, Desinformação e Propaganda:

A desinformação e a propaganda são muitas vezes concebidas e implementadas com o propósito de confundir a população e para interferir no direito do público de conhecer e no direito das pessoas de procurar e receber, e transmitir informação e ideias de todos os tipos, independentemente de fronteiras, que são direitos alcançados por garantias legais internacionais dos direitos à liberdade de expressão e opinião (ONU, 2017).

A ONU reconhece que a desinformação é prática escusa, intencionalmente difundida para enganar a população, interferindo em seu liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de acesso ao conhecimento. No entanto, essa liberdade não é absoluta, pois não autoriza práticas criminosas, a exemplo da injúria, da difamação, da calúnia e do discurso de ódio. Com efeito, nenhuma liberdade é absoluta, posto que ela não pode impedir ou obstruir a liberdade do outro e da coletividade. Portanto, liberdade envolve responsabilidade.

A conduta ética de um sujeito advém do equilíbrio entre esses dois direitos, de forma a respeitar sempre as liberdades do semelhante inserido em uma dada comunidade. O artigo 29 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 2021), afirma que:

Ninguém está sujeito senão às limitações estabelecidas pela lei com vista exclusivamente a promover o reconhecimento e o respeito dos direitos e liberdades dos outros e a fim de satisfazer as justas exigências da moral, da ordem pública e do bem-estar numa sociedade democrática (ONU, 2021).

Em outros termos, todos são responsáveis pelas consequências das ações decorrentes de suas liberdades. Isso implica convivência social pacífica e justa, em conformidade com as regras éticas da sociedade e com o Estado Democrático de Direito.

Para proteger os direitos humanos (Antolini; Rebouças, 2017), é preciso, antes de tudo, garantir a liberdade de expressão, de imprensa e de opinião, refutando a censura e o cerceamento desses comumente impostos por governos e organizações autoritários. No entanto, vale reforçar que esses direitos invocam sempre a ética pública, a responsabilidade social e o cumprimento do ordenamento político-jurídico do Estado de Direito.

O acesso ao conhecimento científico é um tema recente em termos de discussão no campo dos direitos humanos. Entretanto, essa temática já está contemplada na Política de Divulgação Científica da Fiocruz. O documento coloca como um dos princípios dessa política a importância do saber científico como conquista social:

A garantia de acesso ao conhecimento científico deve ser considerada como parte dos direitos humanos em nosso País. A população tem direito ao conhecimento científico de forma que esse possa ser devidamente compreendido e questionado, assim como tem direito a usufruir de forma igualitária de seus benefícios (Fiocruz, 2021).

Como se nota, a declaração destaca a relevância social da divulgação científica e, sobretudo, o usufruto igualitário do conhecimento e seus impactos sociais e tecnológicos como um direito humano fundamental.

No campo dos direitos humanos, algumas medidas têm sido adotadas em termos de legislação e normatização organizacional, especialmente no contexto da Era Digital. Assim, surgiram leis, normas e mecanismos de proteção relacionados a diferentes áreas: liberdade de expressão, privacidade, democracia digital, diversidade, transparência, não comercialização de dados, dentre outras (Martins, 2020).

No âmbito da Sociedade da Informação, uma das principais conquistas foi a implementação do Marco Civil da Internet – Lei nº 12.965/2014. Esta lei dispõe sobre o uso da Internet no Brasil, estabelecendo princípios, garantias, direitos e deveres para quem usa a rede, e determinando algumas diretrizes básicas para a atuação do Estado. Um dos mais importantes princípios refere-se à liberdade de expressão e a vedação à censura (Silva; Marquez, 2020), evitando que grandes plataformas digitais barrem conteúdos e bloqueiem acessos. Outro princípio essencial diz respeito à neutralidade de rede, isto é, todos os pacotes de dados devem ser tratados da mesma forma, de maneira isonômica, sem priorização em relação à velocidade (Intervozes, 2019).

Na sequência, aprovou-se no Brasil a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018, que regula as atividades de tratamento de dados da pessoa, alterando os artigos 7º e 16 do Marco Civil da Internet. Tal lei estabelece mecanismos protetivos baseados no respeito à privacidade, na autodeterminação informativa, na inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem e no exercício da cidadania (Intervozes, 2019).

Além de iniciativas na área da legislação, tivemos algumas iniciativas tímidas por parte das plataformas digitais. O Facebook, por exemplo, adotou as seguintes providências: implementou ferramentas de denúncia de conteúdos desinformativos e discriminatórios, banuiu algumas páginas com perfis

automatizados, fez parcerias com agências de checagem de notícias e desenvolveu recursos de inteligência artificial para identificar contas falsas.

O Google, por sua vez, promoveu alterações no *AdSense*, proibindo anúncios em páginas e vídeos que veiculam conteúdos desinformativos e discriminatórios. Ademais, fez parcerias com organizações de *fact checking* e criou mecanismos de vinculação de links de contextualização a notícias potencialmente falsas. Mais recentemente, O YouTube removeu um vídeo do canal de Silas Malafaia, em que o pastor da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo classificava a vacinação infantil contra a Covid-19 como “infanticídio” (UOL, 2022). Após pressão por parte de entidades científicas e de direitos humanos, o vídeo foi suspenso por conter desinformação, além de desestimular a vacinação nesta faixa etária.

Considerações finais

Em face da enxurrada de desinformação que tem inundado o Brasil contemporâneo, desde 2015, algumas medidas de enfrentamento e combate a este mal foram adotadas no campo da legislação e das normas implementadas pelas próprias plataformas digitais. No entanto, são ações majoritariamente pontuais e demasiadamente tímidas, o que demonstra certa omissão ou inoperância por parte de organizações governamentais e de conglomerados tecnológicos. Diante de vácuo, as plataformas têm deliberado sobre a remoção ou não de conteúdos desinformativo ou discriminatórios. No entanto, este não é exatamente o seu papel, pois cabe ao Judiciário decidir sobre essa questão, que envolve direitos concorrentes na esfera pública.

Os direitos à comunicação, em geral, e à liberdade de expressão, em particular, são conquistas das lutas sociais. A proibição do monopólio e do oligopólio, prevista pela nossa Constituição Federal, é uma delas, mas nunca foi regulamentada. A sociedade reivindica a implementação de políticas públicas que favoreçam a diversidade na rede, a ética pública e a transparência quanto

às políticas de uso e privacidade. Embora as ações desenvolvidas por algumas empresas no enfrentamento da desinformação sejam tímidas e salutares, elas são pontuais e provisórias, e mantêm o poder de decisão no âmbito privado das plataformas, inacessível aos mecanismos democráticos e à regulação definida a partir de um debate público. Falta uma regulação pública nessa área dos direitos do cidadão nas redes digitais.

Falta, sobretudo, transparência por parte das plataformas digitais, que não divulgam claramente a sua política de privacidade. Como funcionam os termos de uso das plataformas? Quais são os critérios dos algoritmos? E o provimento dos serviços? Comercializam dados pessoais? Como as plataformas operam essas esferas públicas? São perguntas que se colocam no plano dos direitos de cidadania. Afinal, a transparência pública é uma exigência constitucional em consonância com os direitos humanos.

O que se constata é que, de fato, a população não participa das políticas de uso das plataformas, assim como desconhece completamente o funcionamento dos seus algoritmos. O enfrentamento à desinformação passa por mudanças nessa arquitetura econômica visando construir uma comunicação digital mais plural, democrática, diversa e respeitadora dos direitos humanos.

Referências

ANTOLINI, Marialina C. e REBOUÇAS, Edgard. “Comunicação, direitos humanos e cidadania: territorialidades que se entrelaçam”. In: ZANETTI, Daniela e REIS, Ruth (orgs.). **Comunicação e territorialidades**: Poder e cultura, redes e mídias. Vitória: EDUFES, 2017, p. 186-2005. Acessado em 15/06/2021: <http://repositorio.ufes.br/handle/10/6841>

BUENO, Wilson C. “Comunicação científica e divulgação científica: Aproximações e rupturas conceituais”. **Informação & Informação**, v. 15, n. esp. Londrina, 2010, p. 1-12. Acessado em 14/06/2021: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>

CASTRO, Júlio César L. “Máquinas de guerra híbrida em plataformas algorítmicas”. **E-Compós**, 23. <https://doi.org/10.30962/ec.1929>. Acessado em 15/06/2021: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1929>

D’ANCONA, Matthew. **Pós-verdade**: A nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Tradução Carlos Szlak – 1.ed – Barueri: Faro Editorial, 2018.

ONU. Organização das Nações Unidas – Brasil (2021). **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91601-declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acessado em 14/06/2021.

INTERVOZES – Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Desinformação**: Ameaça ao Direito à Comunicação muito além das fake news. São Paulo: Intervozes, 2019. Acessado em 15/06/2021: <https://app.rios.org.br/index.php/s/p9HoCNpPoPYQJc5>

FIOCRUZ - Fundação Oswaldo Cruz. **Política de divulgação científica**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2021.

FONTES, Daniel T. M. (2021). “Uma comparação das visualizações e inscrições em canais brasileiros de divulgação científica e de pseudociência no YouTube”. JCOM – América Latina – Journal of Science Communication, 04 (01), A01. Acessado em 15/06/2021: https://jcomal.sissa.it/pt-br/04/01/JCOMAL_0401_2021_A01

MARTINS, Helena (org.). **Desinformação**: Crise política e saídas democráticas para as fake news. São Paulo: Venetta, 2020. Acessado em 15/06/2021: <https://intervozes.org.br/publicacoes/desinformacao-crise-politica-e-saidas-democraticas-para-as-fake-news/>

PAGANOTTI, I. (2020). Engano, desconfiança e dramatização: contradições entre recomendações e práticas em campanha contra a desinformação. **E-Compós**. <https://doi.org/10.30962/ec.2174>. Acessado em 15/06/2021: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2174>

RECUERO, Raquel e SOARES, Felipe B. “O discurso desinformativo sobre a cura da Covid-19 no Twitter: Estudo de caso”. **E-Compós**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v.

24, jan-dez, 2021, p. 1-29. Doi.org/10.30962/ec.2127. Acessado em 15/06/2021: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2127>

SANTOS-D'AMORIM, Karen; MIRANDA, Májory F. O. (2021). Informação incorreta, desinformação e má informação: Esclarecendo definições e exemplos em tempos de desinfodemia. Encontros Bibli: **Revista eletrônica de Biblioteconomia e Ciência Da informação**, 26, 01-23. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2021.e76900>. Acessado em 10/06/2021: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/76900>.

SILVA, Laura L. e MARQUEZ, Lucas T. “Direitos humanos no ambiente online: O conflito entre fake news e liberdade de expressão”. **SCIAS – Direitos Humanos e Educação**. Belo Horizonte/MG, v.3, n.2, p. 169-183, jul./dez. 2020. Acessado em 15/06/2021: <https://revista.uemg.br/index.php/sciasdireitoshumanoseducacao/article/view/5142>

SPINELLI, Egle M. e SANTOS, Jéssica A. “Alfabetização midiática na era da desinformação”. **ECCOM**, v. 11, n. 21, jan./jun. 2020, p. 147-163. Acessado em 15/06/2021: <http://unifatea.com.br/seer3/index.php/ECCOM/article/view/1034>

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Report. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

UOL, 2022. YouTube remove vídeo em que Malafaia chama vacinação de “infanticídio”. São Paulo, 13/01/2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2022/01/13/youtube-silas-malafaia-video-remocao-vacinacao-criancas-infanticidio.htm>. Acessado em 13/01/2022.