

---

## **BOLHAS, VELOCIDADE E EXCESSO NA REDE: UM ENSAIO SOBRE AS *fake News***

Mauricio José Melim

**RESUMO:** Este texto consiste em um ensaio a respeito das *fake News* (notícias falsas) e da pós-verdade. A questão de partida pode ser assim expressa: como explicar o significativo engajamento de usuários em notícias falsas? Para respondê-la, optou-se por discutir a influência do contexto tecnológico e informacional sobre o usuário. Trabalha-se com o pressuposto de que esse contexto estimula o usuário a assumir certas atitudes frente ao material que encontra nas redes. São atitudes como desatenção e apego às próprias ideias, que favorecem a proliferação de notícias falsas. Analisando descrições do comportamento de usuários nas redes fornecidos pela imprensa e estudos que tratam das características da informação atual chegou-se a duas respostas hipotéticas para a pergunta de partida. A primeira delas já tem sido discutida por alguns analistas. Trata-se do elo entre as notícias falsas e as bolhas virtuais. A segunda resposta tem a ver com a velocidade e o excesso de informação da época atual.

**PALAVRAS-CHAVE:** pós-verdade; *fake News*; informação.

## **FILTER BUBBLE, VELOCITY AND EXCESS ON THE WEB: AN ESSAY ON FAKE NEWS**

**ABSTRACT:** This text consists of an essay on fake news and post-truth. The starting point can be thus expressed: how to explain the significant social engagement in fake news? In order to answer it, we opted to discuss the influence of the technological and informational context on the web user. We work with the assumption that this context encourages the user to assume certain attitudes towards the material found in the web. They are attitudes such as inattention and attachment to one's own ideas, which favor the proliferation of fake news. Analyzing descriptions of the behavior of web users provided by the press and studies about the characteristics of current information came two hypothetical answers to our question. The first of these has already been discussed by some analysts. It is the link between fake news and filter-bubbles. The second answer has to do with the speed and the excess of information of the present time.

**KEYWORDS:** post-truth; fake News; information.

## Índice

Introdução . . . . .	2
1 Pós-verdade e notícias falsas . . . . .	2
2 Os filtros-bolha . . . . .	3
3 Velocidade e excesso de informação . . . . .	4
Considerações finais . . . . .	7
Referências . . . . .	7

## Introdução

ESTE texto foi produzido a partir de discussões e contribuições de alunos de graduação dos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo. Durante cerca de quatro meses, em 2017, o grupo procurou materiais na imprensa que pudessem traçar um panorama das *fake News* (notícias falsas) e fornecessem conexão desse tipo de postagens com a pós-verdade, essa “nova” forma de encarar (ou ignorar) os fatos e a realidade.

A intenção desse trabalho foi levantar e explorar algumas hipóteses acerca dos porquês de usuários se engajarem tanto em notícias falsas, hipóteses essas a serem testadas empiricamente em etapas seguintes do estudo.

Entre as inúmeras possibilidades de encaminhar essa questão do engajamento, foram eleitas duas que, naquele período, mostravam-se promissoras. A primeira hipótese, já postulada por alguns, tinha a ver com o fenômeno das bolhas virtuais. A segunda, com o volume de estímulos que são consumidos diariamente.

### 1 Pós-verdade e notícias falsas

Desde pelo menos meados de 2016, a imprensa mundial discute com assiduidade o tema da pós-verdade, que se manifesta através da circulação de notícias falsas, rumores, teorias conspiratórias e que nas redes sociais podem adquirir grande alcance e impacto.

Devido à repercussão, a expressão pós-verdade tornou-se verbete no dicionário Oxford em 2016, que estabeleceu a seguinte definição:

Relativo ou referente a circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais (Oxford, 2016, tradução nossa).

A definição fornece uma boa pista sobre o potencial negativo que tem essa nova forma de boato. E, a crer nas especulações e fatos que têm sido aventados, não se trata de algo que começa e

termina no ambiente online, ou seja, inócuo para o mundo offline. Para a imprensa, os *posts* falsos são capazes de influenciar o rumo de eleições (Kirby, 2016).

Um estudo encomendado pela agência especializada em marketing social Lynx (Ferrari, 2016) constatou que cerca da metade dos internautas brasileiros de 14 a 30 anos passa, pelo menos, cinco horas por dia conectada às redes sociais. WhatsApp, Facebook, Youtube, Instagram e Twitter são, nessa ordem, as redes mais frequentadas. Esse mesmo levantamento apontou ainda que 68% dos entrevistados utilizam o Facebook como ferramenta para manter-se informados.

À primeira vista e por si sós, esses números não parecem oferecer riscos aos usuários e à sociedade, seriam apenas indicadores de mais uma mudança de dispositivo e hábito de obter informação. Entretanto, um sinal de alerta começa a piscar quando vêm à tona outros dados, desta vez a respeito da falsidade de parte das informações que circulam nas redes.

Um levantamento realizado pelo BuzzFeed Brasil (Aragão, 2016) demonstrou que, ao longo de 2016, notícias falsas sobre a operação Lava Jato foram mais compartilhadas no Facebook do que informações verdadeiras. Algo parecido ocorreu nas eleições norte-americanas.

Nos últimos três meses da campanha eleitoral à Presidência dos Estados Unidos, as principais notícias falsas divulgadas no Facebook geraram mais compartilhamentos, reações e comentários que reportagens dos principais meios de comunicação americanos, como The New York Times, Washington Post, Huffington Post e NBC, entre outros (Silverman, 2016).

Quem está sendo enganado nas redes? Embora os nativos digitais, aqueles que nasceram em um mundo com a Internet, sintam-se familiarizados com a tecnologia e demonstrem diversas habilidades de navegação, eles não possuem essa mesma destreza na hora de reconhecer e avaliar a qualidade das informações da rede. Foi essa a conclusão a que chegou o *Stanford History Education Group* (2016) ao analisar estudantes do ensino fundamental ao superior nos Estados Unidos. Os testes apontaram, por exemplo, que os estudantes têm sérias dificuldades para identificar sinais de boa ou má origem da informação, ou seja, da credibilidade da fonte.

Essa dificuldade, no entanto, não é específica dos mais jovens. Exemplo recente e de repercus-

são internacional foi o atrito entre Paquistão e Israel, em dezembro de 2016 (Ministro, 2016). Um post falso levou o ministro da Defesa do Paquistão Khawaja Muhammad Asif a crer que seu país estava sendo ameaçado por Israel. A pseudo-notícia falava explicitamente em uso de armas nucleares. Diante da ameaça o ministro paquistanês replicou, pelo Twitter, afirmando que seu país também possuía armamento nuclear. O desentendimento foi resolvido em seguida por um esclarecimento de Israel, que comunicou não ter feito ameaça alguma.

Se muitos dos receptores das notícias falsas podem ser considerados descuidados o mesmo talvez não possa ser dito a respeito dos emissores. Há um tipo de profissionalismo envolvido. Na Macedônia jovens criaram e divulgaram inúmeras notícias falsas favoráveis a Donald Trump durante as eleições presidenciais (Kirby, 2016). Essas informações tiveram ampla receptividade entre os americanos e, segundo especularam jornalistas e analistas, contribuíram para a vitória do republicano.

Os jovens da Macedônia não tinham nenhum vínculo com a campanha de Trump e não agiram pensando no futuro dos norte-americanos ou da política internacional. Seu objetivo era bem mais modesto e imediato, ganhar dinheiro. E a via para isso foi a receita gerada a partir da publicidade. Sempre que os anúncios são visualizados ou recebem cliques, o site que os exibe é remunerado. Quanto mais pessoas visitam o site, maiores são as chances de visualizações e cliques em anúncios, e maior é a remuneração.

A multiplicação de notícias falsas encontra nessa lógica de rendimentos uma de suas explicações. Trata-se de pôr em prática o bordão “tudo pela audiência”. Para conquistar um bom tráfego o site precisa se mostrar atraente e relevante para o usuário. Uma das fórmulas é bastante conhecida e anterior a era digital. Se se pretende atingir o público é preciso acionar os seus sentimentos, a sua emoção, e jamais contradizer suas crenças. É nessa linha que têm agido os produtores de notícias falsas, selecionando personagens e situações do momento e apresentando-os de forma espetacular, inesperada, polêmica. Nessa fórmula a verdade fica em segundo plano e só aparece quando ela própria é impactante o suficiente para angariar novos visitantes.

Muitas das notícias falsas, por falta de curtidas e compartilhamentos, morrem nas redes e não afetam a vida offline. Uma outra parte dessas postagens, porém, ganha força nas telas e atravessam-nas.

Em maio de 2014, uma mulher foi espancada

por uma multidão após ser identificada como sequestradora de crianças (Petry, 2016). Apesar de receber atendimento, a mulher não resistiu aos ferimentos e morreu no hospital. O caso que ocorreu no Guarujá, litoral de São Paulo, teve início com boatos que circularam pelo Facebook alertando para a suposta presença da sequestradora.

No início de dezembro de 2016, um homem disparou seu fuzil dentro de uma pizzaria em Washington, nos Estados Unidos. Conforme noticiado pelo G1 (Ataque, 2016), não houve feridos e o atirador foi dominado em seguida pela polícia. Segundo o próprio atirador, seu objetivo era investigar pessoalmente os rumores que estavam circulando em redes sociais de que a pizzaria seria a sede de uma rede de prostituição infantil comandada pela então candidata democrata Hillary Clinton. Embora houvesse, de fato, ligação entre o dono da pizzaria e o diretor de campanha de Hillary, não havia fundamento na denúncia de pedofilia. Além do terror momentâneo infligido aos clientes da pizzaria, os boatos divulgados e compartilhados nas redes forneceram base para ameaças ao proprietário e aos funcionários do estabelecimento.

Boatos, mentiras e teorias conspiratórias envolvendo o mundo da política ou quaisquer outros assuntos não são novidade, e não surgiram com a internet e as redes sociais. A credibilidade de programas e noticiários na televisão, e de jornais e revistas já foi posta em xeque em diversos momentos. Mas a época atual, com as tecnologias digitais cada vez mais acessíveis, parece contar com potenciais próprios e que ainda não foram devidamente estudados.

## 2 Os filtros-bolha

Considerando o usuário das redes, uma das explicações para a rápida multiplicação e grande disseminação de notícias falsas se baseia em um outro recente fenômeno do universo online chamado de filtros-bolha ou bolha dos filtros (Silva et al., 2017; Branco, 2017). A expressão remete aos algoritmos (filtros) utilizados por serviços online para entregar conteúdo direcionados, e remete também ao provável efeito desse processo (bolhas).

Conforme a caracterização de Eli Pariser, um dos principais responsáveis pela popularização do tema,

A nova geração de filtros online examina aquilo de que aparentemente gostamos – as coisas que fazemos, ou as coisas das

quais as pessoas parecidas conosco gostam – e tenta fazer extrapolações. São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações (Pariser, 2012: 14).

No discurso das corporações digitais, os filtros servem para livrar o usuário do conteúdo irrelevante, aquilo que não demonstra afinidade para com suas atitudes, desejos, gostos, ideias, crenças. Os filtros, por essa ótica, tornam a experiência da navegação mais agradável e funcional, mais personalizada.

A razão da existência dos algoritmos, ou filtros como têm sido chamados, pode ser sim agradar e ajudar os usuários durante sua navegação, mas obviamente não à toa em termos mercadológicos. Os algoritmos são ao mesmo tempo mecanismos que pretendem manter o usuário conectado o maior período de tempo possível para assim tomar-lhe dados pessoais que serão, em seguida, comercializados.

O problema com os filtros, segundo Pariser (2012), é que quanto mais o usuário interage nas redes, mais ele produzirá informações sobre seus hábitos, preferências e desejos e mais receberá conteúdo customizado. Isso significa ter cada vez menos contato com aquilo que é indesejado, diferente, não-rotineiro, cada vez menos contato com o novo, o outro. Vem dessa lógica a figura da bolha, que remete a um ambiente fechado pelas próprias ideias do usuário.

Trata-se de um aparelho que ajuda a manter uma “distância higiênica” em relação à “sujeira” que as redes podem oferecer, como disse Marcondes Filho (2008), isto é, tudo aquilo que não convém, que não é visado pelo usuário. O risco de “não se sujar” é fechar-se sobre si mesmo e tornar-se incapaz de escapar aos limites colocados por si com ajuda da máquina.

Vale lembrar que não é preciso haver internet para que as bolhas existam. Cada um em seu ambiente profissional, nas amizades escolares, nos relacionamentos afetivos, busca estabelecer vínculos com aqueles que lhe são mais próximos. E mesmo na busca de conteúdo em tempos de mídias tradicionais de massa é fácil imaginar comportamentos

de seleção por afinidade: a escolha de um jornal em vez de outro, de um programa ou canal em vez de outro. A aproximação com o semelhante e o afastamento ou indiferença em relação ao “estranho” são práticas constitutivas do ser humano e se explicam por uma tendência inata a evitar a instabilidade ou a dissonância cognitiva decorrente de uma situação nova e diferente. E isso vale tanto no mundo online quanto no offline. O problema com a internet, como visto, é que além do usuário, a máquina também decidirá sobre o que ler, assistir, ouvir.

Em estudo sobre a disseminação de informações durante o período eleitoral norte-americano de 2016, conduzido por Faris et al. (2017), é possível ver indícios de bolhas virtuais em funcionamento. Em uma das etapas do estudo, foi identificado um elo entre simpatizantes democratas e republicanos com sites de notícias específicos, sintonizados com o ideário de um e outro partido. Reportagens do *The New York Times*, por exemplo, foram mais compartilhadas por aqueles que, no Twitter, costumavam reproduzir postagens de Hillary Clinton. Ao passo que aqueles que costumavam reproduzir postagens de Donald Trump replicavam muito menos o *The New York Times*. Quando se considerou o site Breitbart, representante da nova extrema direita, o resultado foi bastante diferente. Nesse caso, praticamente apenas partidários de Trump reproduziram suas notícias.

As bolhas constituem um ambiente propício à propagação de notícias falsas. Como as postagens chegam ao usuário com formatos e conteúdo sedutores e em harmonia com seu repertório, torna-se pouco provável que ele se dê o trabalho de adotar uma postura cética ou seguir outras dicas de prevenção às *fake News* (como atentar para títulos e imagens sensacionalistas, para a qualidade e correção do texto, para URLs que imitam sites tradicionais, checar o tema em outros veículos).

### 3 Velocidade e excesso de informação

É certo que as novas tecnologias de informação e comunicação trouxeram inúmeras modificações em quase todas as esferas da vida humana e que muitas dessas modificações são frequentemente vistas como positivas, benéficas (Castells, 2013). Um dos eixos fundamentais dessas mudanças diz respeito à transição dos meios tradicionais massivos para as mídias digitais. A rede ampliou e facilitou muito o acesso à informação e, talvez mais importante que isso, deu voz àqueles que antes tinham direito apenas a receber informação. Na in-

ternet, qualquer um é um potencial produtor de conteúdo. As mídias digitais descentralizaram a informação e isso é, sem dúvida, uma conquista importante. Mas não sem contradições (Wolton, 2011).

Este tópico aborda duas características da informação atual, que são velocidade e excesso, e sustenta que esse novo quadro está na base do surgimento e da expansão das notícias falsas.

É comum se pensar que abundância de informação é melhor que a falta. Aqueles que defendem essa ótica geralmente estão comparando o momento atual com períodos passados ou regiões em que não há infraestrutura material necessária para a circulação de mensagens, ou considerando contextos autoritários e de forte censura. Esse é o ponto de vista de Teixeira Coelho:

Em princípio, isso [abundância de informação] não é tão ruim quanto possa parecer e não constitui um problema maior: lembro-me dos tempos da predominância dos relatos únicos e exclusivos, o tempo do catolicismo medieval, o tempo atual do islamismo em sua versão anarco-terrorista e estatal, o tempo do excludente relato nazista e comunista soviético, o tempo do relato franquista, o tempo da ditadura militar em meu país. Entre o relato único e a multidão de relatos, minha opção é clara, firme e forte pelo segundo, sejam quais forem os problemas gerados (se algum) (Coelho, 2015: 26-27).

A falta de informação é problemática, de fato, no entanto essa conclusão não deveria anular uma outra que diz que o excesso também é um problema. Conforme anotou Edgar Morin (1986), o fluxo contínuo dos acontecimentos narrados nos meios de comunicação trazem consigo ao menos dois empecilhos. Primeiro, impede a análise e a reflexão sobre esses acontecimentos e assim impede de compreender efetivamente a situação. Segundo, as desgraças, guerras, miséria, ao serem reiteradas seguidamente banalizam-se, perdem sua força e, portanto, seu propósito que é chamar o espectador para a ação. Vale a nota de que Morin disse isso no início dos anos 1980, antes de as mídias digitais e sua sobrecarga informativa se instalarem.

Quando se fala aqui de velocidade e excesso de informação está-se a referir o conjunto de informação disponível nas tecnologias de informação e comunicação, sejam elas tradicionais ou digitais. Mas para se ter uma descrição mais fidedigna do

real em sua dimensão informativa é preciso lembrar que o ser humano também produz, processa, armazena, compartilha, consome e utiliza diversos outros tipos de mensagem que não aquelas veiculadas por tecnologias. Do momento em que acorda até o momento em que adormece, todo indivíduo desempenha uma série de tarefas em que é preciso avaliar dados e mensagens. Tudo isso compõe o contexto informativo atual. O que importa é dizer que há claros sinais de que essa rotina informativa vem sendo alterada, e muito por conta das novas tecnologias de informação e comunicação.

Pode parecer incoerente, mas muito antes da chegada das mídias digitais e mesmo das mídias eletrônicas de massa já havia quem estivesse preocupado com o acúmulo e surgimento incessante de informação. É o caso de Leibniz que, no século XVII, pensava que a multiplicação de livros seria o caminho para a desordem (Gleick, 2013).

Considerando a força do cinema e do rádio, a expansão da mídia impressa e a recente chegada da televisão, Merton e Lazarsfeld diziam no fim dos anos 1940:

É fato evidente que os *mass media* elevaram o nível de informação das grandes populações. Sem intenção consciente, porém, o aumento de dosagem das comunicações de massa pode estar transformando, inadvertidamente, as energias dos homens, levando-os de uma participação ativa a um mero conhecimento passivo (Merton & Lazarsfeld, 1990: 120).

Eles estavam preocupados com a possível apatia política que os meios de comunicação poderiam produzir. Nessa perspectiva, o público estaria tão ocupado absorvendo notícias e buscando refletir sobre elas que não lhes sobraria tempo e forças para a ação. Em vez de motivar e ser causa da ação, os meios, na verdade, a quantidade de informação veiculada por eles, estaria agindo no sentido oposto.

Com as novas tecnologias digitais chegou-se a um novo patamar qualitativo e quantitativo de informação, e com ele vieram novas preocupações.

Em 2011, a revista *Época* (Cairo, Moon & Sorg, 2011) perguntava “A internet faz mal ao cérebro?” e oferecia um apanhado das principais críticas que estavam circulando sobre o tema. Segundo a revista, o uso da internet estaria relacionado à diminuição da memória e da atenção, à dificuldade com atividades que exigem concentração prolongada, estaria relacionado ainda à deficiência

na interpretação e produção de textos, e à ansiedade. A razão para todos esses problemas está na linguagem dinâmica e fragmentada do mundo digital, somada ao hábito do usuário de realizar várias tarefas ao mesmo tempo.

De acordo com o neurocientista António Damásio (2011), o cérebro humano é plástico, maleável e pode se adaptar a diferentes contextos informativos, mas há contrapartidas a considerar.

A capacidade do cérebro das crianças e adolescentes para se adaptar a um mundo com múltiplas tarefas também tem custo: a dificuldade de concentração. É comum ver adolescentes que conseguem realizar três, quatro, cinco tarefas ao mesmo tempo, como responder a e-mail, enviar mensagens de texto e falar ao celular, mas apresentam dificuldade de concentração quando executam uma única tarefa, que exige maior grau de atenção, compreensão e reflexão, como ler um livro e interpretar um texto (Damásio, 2011).

Nos anos 1990, o psicólogo David Lewis disse que havia surgido uma nova síndrome, chamada por ele de Síndrome da Fadiga da Informação (Han, 2014). Esse mal afetava especialmente pessoas que, em suas profissões, lidavam continuamente com grande quantidade de informação. Paralisia da capacidade analítica, problemas de atenção e inquietude eram alguns dos efeitos da síndrome. Para Byung-Chul Han (2014), o cenário atual, com as novas mídias digitais, é outro e mais grave, porque hoje todos estariam sujeitos ao excesso de informação e, portanto, à síndrome.

Esse diagnóstico pode parecer hiperbólico, mas quando são lembradas, por exemplo, as altas taxas de crianças e adolescentes que vem apresentando problemas de interpretação e produção textual, incapacidade de concentração e falta de motivação talvez o tom exagerado não esteja tão distante da realidade. E Han continua:

El cansancio de la información incluye también síntomas que son característicos de la depresión. La depresión es, ante todo, una enfermedad narcisista. Conduce a la depresión una relación consigo mismo exagerada y patológicamente recargada. El sujeto narcisista-depresivo percibe tan solo el eco de sí mismo. No hay significaciones sino allí donde él se reconoce a sí mismo de alguna manera. El mundo se

le presenta solamente como modulaciones de sí mismo (Han, 2014: 66).

Diante de um ambiente turbulento porque saturado de informações, o indivíduo, sem querer, reage fechando-se em suas convicções. Essa parece ser a saída corporal, a maneira de o corpo dizer que superou seu limite de processar informação.

Para Christoph Türcke (2016), o uso frequente das tecnologias está ligado ao TDAH, o Transtorno de Déficit de Atenção com Hiperatividade. Seus sintomas mais comuns são a incapacidade de concentração e foco, problemas de memória, falta de persistência, ansiedade, rupturas constantes, irritação e depressão.

O TDAH não é algo isolado no tempo e que apareceu repentinamente junto das mídias digitais. Segundo Türcke (2016), mais acertado seria pensar em uma cultura do déficit de atenção que vem se desenvolvendo gradualmente no último século e meio. Essa deterioração da atenção seria fruto do crescimento do consumo de estímulos vindos das tecnologias de informação e comunicação. Türcke comenta especialmente a proliferação das imagens, cuja leitura tende a ser mais veloz que a do texto. Nesse sentido, remonta à noção de choque, de Walter Benjamin, associada à linguagem do cinema. A experiência do choque era um efeito do filme, que oferecia ao espectador uma sequência acelerada de fragmentos visuais. Com o passar do tempo a atenção do público vai acostumando-se ao novo ritmo e qualquer mensagem menos intensa corre o risco de ser rejeitada. É esse processo que o autor chama de cultura do déficit de atenção, em que esta se deteriora e lança as bases para o nascimento de indivíduos ansiosos e com problemas de concentração.

Dificuldades de interpretação de textos, dificuldades de concentração, incapacidade de análise, ansiedade e hiperatividade. A questão é: um indivíduo com esses problemas seria capaz de ler um texto atentamente e identificar sinais de postagens falsas?

Em suma, a segunda hipótese explicativa do engajamento em *fake News* diz que o excesso de informações e a velocidade de mudança dessas informações têm contribuído para gerar indivíduos com dificuldades de interpretação e análises de textos, dificuldades de concentração, ansiedade e hiperatividade. Essas condições, por sua vez, somadas às implicações das bolhas virtuais, tendem a produzir usuários incapazes de ler com cuidado, de suspeitar do conteúdo que consomem. É nesse sentido que se propõe que a informação atual, ve-

loz e excessiva, é um dos fatores de base para a reprodução de notícias falsas.

### Considerações finais

Há realmente motivos para se preocupar com as *fake News* ou tudo não passa de mais uma onda do mundo digital? A julgar pela quantidade de notícias e reportagens sobre o tema veiculadas nos últimos tempos há razões para o alerta. É fácil perceber o tamanho do problema. As postagens falsas atingem aquilo que é central para qualquer sociedade ou indivíduo, que é a informação verdadeira, a informação que encontra correspondência na realidade. Sem dados confiáveis, nenhuma decisão acertada pode ser tomada.

Mas o que significa informação verdadeira e correspondência com a realidade? Durante todo este texto, o leitor pode ver que se optou aqui por contornar esse tipo de discussão, que, em última instância, leva a uma série de aporias, tomaria páginas e páginas e impediria o trabalho que foi feito.

Ao tratar das notícias falsas, partiu-se dos seguintes pressupostos: primeiro, existe algo para além da mente humana e que, por convenção, costuma-se chamar de “realidade”; segundo pressuposto, essa realidade pode, em parte, ser conhecida, pode ser assimilada, entendida; por fim, e imbricado aos pressupostos anteriores, essa realidade conhecida pode ser representada pela linguagem humana. Deste modo, a alcunha “notícias falsas” se refere a um tipo de desencaixe entre realidade e sua representação. Esse desencaixe é de ordem observacional, factual, ou seja, para ser comprovado bastam documentos, testemunhas, depoimento de especialistas etc. Não se trata de pôr em xeque valores epistemológicos. É desse mesmo pressuposto que partem, por exemplo, o jornalismo e a ciência, do contrário, não teriam razão de existir.

Feitas essas observações, seguem alguns comentários finais acerca das duas hipóteses discutidas. Afirmou-se que o engajamento de usuários em notícias falsas é fomentado pela ação das bolhas virtuais e, de forma mais ampla e difusa, pela informação veloz e excessiva que permeia o mundo atual (naturalmente, essas respostas não são as únicas possíveis, mas tão somente aquelas que, em um dado período, pareceram relevantes ao grupo que estudava o fenômeno).

As hipóteses exploradas aqui podem ajudar a entender a situação e, deste modo, a formular soluções para o problema das *fake News*. Há, contudo, uma dificuldade extra quando se trata de pensar sobre a relação atual entre usuário e tecnologia. Dito

de modo alegórico, não é como um mal que causa dor ou desconforto e faz o doente procurar pela ajuda de especialistas.

Para o usuário, a bolha provavelmente não é percebida como um problema a ser combatido. Primeiro, porque a grande maioria dos internautas não está plenamente ciente da atuação dos algoritmos e de suas implicações, o assunto é ainda novo para o público mais amplo. Segundo, seria preciso perguntar-se: estariam os usuários dispostos a mudar, a deixar suas bolhas e abrir mão do modo como estão recebendo conteúdo? Se fossem todos conscientizados de que os dados que recebem em suas telas não são os mesmos que os dos seus colegas, que esses dados são selecionados pela máquina individualmente tendo em vista seus gostos, sua ideologia e convicções, então estariam os usuários dispostos a adotar uma rede sem filtros? Essa dúvida foi colocada por Zuckerman (2017) e ainda não conta com uma resposta.

E quanto à velocidade e ao excesso de informação, serão sentidos pelos indivíduos como uma espécie de doença a ser tratada? Para se ter uma primeira e provisória resposta basta lembrar o caso de crianças e jovens que, apesar da advertência por parte de pais, professores e mesmo da mídia, não conseguem desvencilhar-se de suas telas, buscando saber o que os amigos acabaram de postar para então curtir-los, comentá-los etc.

Na Coreia do Sul, um dos países com os melhores índices de conexão do mundo, a dependência digital se tornou problema de saúde pública. Cerca de 10% dos adolescentes tornaram-se dependentes das tecnologias. Esse cenário está relacionado com as características da era digital, seu dinamismo, a renovação ininterrupta e a superabundância de estímulos que agem como drogas sobre o cérebro, propiciando um tipo de prazer e instigam o usuário a permanecer conectado (Fifield, 2016).

### Referências

- (2016, dezembro 25). Ministro paquistanês faz ameaça... R7. Disponível em: <http://noticias.r7.com/internacional/ministro-paquistanes-faz-ameaca-nuclear-a-israel-depois-de-ler-noticia-falsa-25122016>. Consultado a 5 de Janeiro de 2017.
- (2016, dezembro 6). ATAQUE a pizzaria nos EUA mostra perigo de rumores nas redes sociais. G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/ataque-a-pizzaria-nos-eua-mostra>

- perigo-de-rumores-nas-redes-sociais.ghtml. Consultado a 3 de Janeiro de 2017.
- (2016). Post-truth. In *Oxford Dictionaries*, disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>. Consultado a 15 de Dezembro de 2016.
- Aragão, A. (2016, novembro 22). Notícias falsas da Lava Jato foram mais compartilhadas que verdadeiras. *Buzzfeed*. Disponível em: [www.buzzfeed.com/alexandrearagao/noticias-falsas-lava-jato-facebook?utm\\_term=.cq1NXZV5o#.wp8Gnr3Pq](http://www.buzzfeed.com/alexandrearagao/noticias-falsas-lava-jato-facebook?utm_term=.cq1NXZV5o#.wp8Gnr3Pq). Consultado a 3 Dezembro de 2016.
- Branco, S. (2017). Fake news e os caminhos para fora da bolha. *ITS Rio*. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/08/sergio-fakenews.pdf>. Consultado a 12 de Outubro de 2017.
- Cairo, A.; Moon, P. & Sorg, L. (2011, outubro 28). A internet faz mal ao cérebro?. *Época*. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/id/eias/noticia/2011/10/internet-faz-mal-ao-cerebro.html>. Consultado a 20 de Janeiro de 2012.
- Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Coelho, T. (2015). *Com o cérebro na mão: no século que gosta de si mesmo*. São Paulo: Itá Cultural; Iluminuras.
- Damáσιο, A. (2011, outubro 31). Estamos mais inteligentes. *Época*, 13(702): 80-81. São Paulo.
- Faris, R. M.; et al. (2017). Partisanship, propaganda, and disinformation: online media and the 2016 U.S. presidential election. *Berkman Klein Center for Internet & Society Research Paper*. Disponível em: <https://dash.harvard.edu/handle/1/33759251>. Consultado a 15 de Dezembro de 2017.
- Ferrari, B. (2016, novembro 24). Estudantes não encontram terreno seguro para se informar pelas redes sociais. *Época*. Disponível em: <http://epoca.globo.com/tecnologia/experiencias-digitais/noticia/2016/11/estudantes-nao-encontram-terreno-seguro-para-se-informar-pelas-redes-sociais.html>. Consultado a 10 de Dezembro de 2016.
- Fifield, A. (2015, janeiro 24). In South Korea, a rehab camp for internet-addicted teenagers. *The Washington Post*. Disponível em: [www.washingtonpost.com/world/asia\\_pacific/in-south-korea-a-rehab-camp-for-internet-addicted-teenagers/2016/01/24/9c143ab4-b965-11e5-85cd-5ad59bc19432\\_story.html?utm\\_term=.8936ddb5bc](http://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/in-south-korea-a-rehab-camp-for-internet-addicted-teenagers/2016/01/24/9c143ab4-b965-11e5-85cd-5ad59bc19432_story.html?utm_term=.8936ddb5bc). Consultado a 10 de Novembro de 2017.
- Gleick, J. (2013). *A informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Kirby, E. J. (2016, dezembro 12). A cidade europeia que enriquece inventando notícias – e influenciando eleições. *BBC*. Disponível em: [www.bbc.com/portuguese/internacional-38206498](http://www.bbc.com/portuguese/internacional-38206498). Consultado a 7 de Janeiro de 2017.
- Marcondes Filho, C. (2008). *Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria*. São Paulo: Paulus.
- Merton, R. K. & Lazarsfeld, P. F. (1990). Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In L. C. Lima (org.), *Teoria da cultura de massa* (pp. 101-127). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Morin, E. (1986). *Para sair do século XX*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Pariser, E. (2012). *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Petry, A. (2016, 5 fevereiro). Mataram a mulher: a gênese do linchamento que chocou o Brasil. *Veja*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/complemento/brasil/a-historia-de-um-linchamento-mataram-a-mulher>. Consultado a 3 de Novembro de 2016.
- Silva, C. E. L. et al. (2017, agosto 15). Da pós-verdade ao risco da pós-imprensa. *Observatório da Imprensa*. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/edicao-brasileira-da-columbia-journalism-review/da-pos-verdade-ao-risco-da-pos-imprensa>. Consultado a 20 de Agosto de 2017.

- Silverman, C. (2016, novembro 17). Nos EUA, notícias falsas ultrapassam jornalismo em engajamento no Facebook. *Buzzfeed*. Disponível em: [www.buzzfeed.com/craigsilverman/noticias-falsas-facebook?utm\\_term=.csvJZXMd3#.bgjJN1beM](http://www.buzzfeed.com/craigsilverman/noticias-falsas-facebook?utm_term=.csvJZXMd3#.bgjJN1beM). Consultado a 3 de Dezembro de 2016.
- Stanford History Education Group (2016). Evaluating information: the cornerstone of civic online reasoning. Disponível em: <https://sheg.stanford.edu/upload/V3LessonPlans/Executive%20Summary%2011.21.16.pdf>. Consultado a 10 de Dezembro de 2016.
- Türcke, C. (2016). *Hiperativos: abaixo a cultura do déficit de atenção*. São Paulo: Paz e Terra.
- Wolton, D. (2011). *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina.