

O que é e o que parece ser: imagens criadas por inteligência artificial como elementos atuantes na pós-verdade¹

Fernanda FERRAREZI²

Priscila BORGES³

Universidade de Brasília, Brasília, DF

Resumo

Como legado da fotografia, imagens realistas têm o poder de despertar credibilidade e confiança em quem as vê. O caráter de evidência da realidade da fotografia pode fazer imagens criadas por inteligência artificial, mas que buscam reproduzir realisticamente padrões visuais típicos da linguagem fotográfica, serem lidas de forma enganosa. A semiótica é um instrumento de investigação útil na busca pela compreensão dos signos produzidos por novas tecnologias, bem como de seu papel potencial em um mundo tomado por notícias falsas, que se encontra em estado de pós-verdade. Essas imagens realistas, geradas integralmente por algoritmos, podem contribuir para que as linhas que delimitam a verdade percam a nitidez e seja cada vez mais difícil identificar o que é falso. Explorar os elementos que as caracterizam se torna fundamental para entender os movimentos em curso na comunicação contemporânea.

Palavras-chave: imagem; semiótica; inteligência artificial; pós-verdade; fake news.

Texto do trabalho

Quando uma nova tecnologia surge, seus produtos sempre causam impactos na forma como o ser humano se relaciona com o mundo. As possibilidades criadas por uma nova tecnologia geram diferentes níveis e tipos de mudanças. A fotografia é uma dessas tecnologias que, desde sua invenção no início do século XIX, vem continuamente modelando os modos de olhar e influenciando as convenções de representação da realidade. A similaridade de qualidades, como traços, formas, cores, entre a fotografia e o objeto representado garantiu que essa técnica fosse conhecida como “espelho do

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada nos Cursos de Publicidade e Propaganda e de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e pesquisadora do Centro Internacional de Estudos Peirceanos - CIEP/PUC-SP, e-mail: f.c.ferrarezi@gmail.com.

³ Doutora e mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), professora do Departamento de Audiovisuais e Publicidade da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Metafísica da Universidade de Brasília (UnB), e-mail: primborges@gmail.com.

“mundo”, por refletir com verossimilhança as pessoas e acontecimentos registrados – com a vantagem de guardar a memória do que já passou (MACHADO, 1984). A capacidade deste mecanismo de capturar a luz emitida pelos objetos e gravá-la em filme fotográfico com uma correspondência aparente com o ser fotografado concedeu à fotografia credibilidade, como um registro comprobatório da realidade. Com o tempo, o exercício da fotografia fez com que, gradativamente, certas regras de composição, de enquadramento, de uso da luz e da sombra, entre outros códigos visuais, se tornassem recorrentes, bem como certos recortes e convenções até hoje frequentemente reproduzidos nas imagens fotográficas.

Uma das formas de estudar a fotografia e outros tipos de imagem é por meio da semiótica. Também chamada de “doutrina dos signos”, a semiótica de Charles S. Peirce tem como elemento central o signo, que “é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém” (PEIRCE, 2017, p. 46). Sobre os principais termos que o compõem, o autor explica que o signo

dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino *interpretante* do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu *objeto*. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por vezes, denominei *fundamento* [do signo] (PEIRCE, 2017, p. 46)

A semiótica peirceana propõe, por meio da análise dos modos de ser dos elementos que compõem o signo – objeto, fundamento do signo e interpretante - e das relações estabelecidas entre eles, classes de signos que podem atuar como ferramentas de pesquisa. “As classes de signos de Peirce são instrumentos de investigação e, como tais, têm um poder analítico efetivo” (BORGES, 2016, p. 245)⁴. Para tanto, vale retomar uma noção anterior desenvolvida por Peirce que diz respeito ao estudo dos fenômenos⁵, da qual suas tríades subsequentes são descendentes. Peirce (2017, p. 48) afirma que “os princípios e analogias da fenomenologia habilitam-nos a descrever, de um modo vago, quais devem ser as divisões das relações triádicas”. As três divisões da fenomenologia

⁴ Tradução própria. No original “Peirce’s classes of signs are instruments of inquiry, and, as such, they have an effective analytical power”.

⁵ No livro *Semiose segundo Peirce* (2004), João Queiroz explica que “a fenomenologia experimental de Peirce, ou faneroscopia, é uma ciência “ocupada com os elementos formais do fãneron”, o “total coletivo de tudo que está, de qualquer modo, ou em qualquer sentido, presente à mente, sem consideração sobre se corresponde a algo real ou não” (CP 1,284)”.

que alicerçam a obra de Peirce são, resumidamente, a primeiridade, relativa ao acaso, à espontaneidade, à qualidade pura, à originalidade, a secundidade, que concerne à ação e reação dos fatos concretos, existentes e reais, e a terceiridade, que diz respeito à mediação, ao processo, ao crescimento contínuo, ao hábito. As demais tríades propostas por Peirce seguem o mesmo percurso lógico.

Das classificações feitas por Peirce dentro da semiótica, as 10 classes de signos são uma das mais notórias e populares. Nela, são considerados os modos de ser do fundamento do signo (qualissigno, sinsigno, legissigno), da relação do signo com o seu objeto (ícone, índice, símbolo) e da relação do signo com seu interpretante (rema, dicente, argumento). De modo geral, esses termos estão relacionados, respectivamente, com a primeiridade, a secundidade e a terceiridade – ou seja, qualissigno, ícone e rema são derivados da primeiridade, sinsigno, índice e dicente, da secundidade e legissigno, símbolo e argumento, da terceiridade⁶.

Os diversos tipos de imagens são signos cujos processos de representação podem variar. A fotografia é uma delas e, como tal, tem um processo de representação próprio que pode ser analisada por meio dos instrumentos fornecidos pela semiótica peirceana. Souza e Silva (2015, p. 334), ao mencionar “o daguerreótipo de 1839, este que foi reconhecidamente o suporte pioneiro da fotografia, e que trazia a imagem em emulsão de prata sobre uma placa de cobre, comumente montada em um estojo portátil”, instiga a apresentação de um importante elemento caracterizador da fotografia analógica: seu modo de produção que requer uma conexão espacial para se realizar.

Por meio de processos químicos, físicos e mecânicos, a luz penetra na câmera e sensibiliza o filme fotográfico, de modo a permitir a posterior revelação da imagem. A luz que emana do objeto fotografado é essencial para que o processo se realize⁷. Fica evidente, então, que é indispensável uma conexão dinâmica, real, existencial para que a fotografia se realize. A presença simultânea, no mesmo tempo e espaço, é essencial para que se dê o registro. Nesse sentido, costuma-se aproximar de um consenso a compreensão

⁶ Para aprofundar a compreensão dos conceitos citados, conferir livros como *Semiótica*, de Peirce (2017), *O que é semiótica*, de Santaella (2017), e *Semiose segundo CS Peirce*, de João Queiroz (2014), assim como tantos outros que abordam o assunto.

⁷ Justificando o nome, que é composto pelos termos “foto”, que significa luz, e “grafia”, escrita.

de que, de modo geral, cada fotografia funciona como existente particular – logo, um sinsigno -, cujo modo de produção requer uma ligação dinâmica e causal com o objeto – portanto, indicial – e a informação que propõe é sobre um fato concreto – desse modo, dicente.

Vale ressaltar que, segundo Santaella (2017), na semiótica peirceana, o terceiro pressupõe o segundo e este, o primeiro. “Ou seja, as qualidades compõem os existentes singulares, sobre os quais se aplicam as leis gerais e as convenções” (FERRAREZI, 2018). A fotografia, ao corresponder ponto a ponto com o ser, fato ou objeto fotografado, carrega em si uma imensa similaridade de qualidades - o que a aproximaria dos termos relativos à primeiridade. Ao mesmo tempo, para que a imagem ganhe um sentido preciso, ela é também entremeada por códigos arbitrários e leis naturais – mais próximos dos termos relativos à terceiridade -

porque essa informação de luz que penetra a lente é refratada pelos meios codificadores (perspectiva, recorte, enquadramento, campo focal, profundidade de campo, sensibilidade do negativo e todos os demais elementos constitutivos do código fotográfico [...]) para convertê-los em fatos da cultura (MACHADO, 1984, p. 159)

No entanto, por seu caráter de emanação física do referente, costuma predominar na percepção a noção de que a fotografia funciona como evidência e comprovação de fatos e acontecimentos – sendo, deste modo, um signo que atua sobretudo de maneira mais próxima da secundidade. A transição da fotografia analógica para a digital, apesar de mudar certos métodos de captura, tornou estes signos mais complexos, mas manteve em si a essência da fotografia. Se mantém o seu cerne, que reside no papel fundamental da luz que emana do referente ser registrada para a formação da imagem, ainda que, em sua versão digital, ela precise ser traduzida por códigos digitais para tornar a fotografia visível. A transição para o digital, em consonância com o desenvolvimento de dispositivos compatíveis, aproximou a fotografia da sociedade. Tirar fotografias, recebê-las, armazená-las se tornou mais acessível, estando ao alcance das mãos de uma parcela significativa das pessoas. Assim, o seu caráter de registro de acontecimentos, ainda que mundanos, passou a ser ainda mais forte, sobretudo no contexto das mídias sociais, onde essas fotografias costumam ser publicadas e visualizadas.

A questão da manipulação fotográfica também se fez mais presente com os meios digitais. Segundo Borges (2006) as manipulações de fotografias analógicas, antes da

tecnologia digital, implicavam em transformações materiais. “O que parece diferenciar as manipulações digitais das analógicas é que antes nos sentíamos habilitados a reconhecê-la e hoje temos a certeza de que não temos essa habilidade” (ibid., p. 3). Para a autora, essa diferença se dá porque a matéria resiste à mudança, então por mais cuidadosa que fosse a interferência, sempre seria deixada alguma marca passível de ser percebida. Nos meios digitais, isso não acontece. Os códigos – numéricos, informacionais, binários, algorítmicos – permitem alterações imperceptíveis na imagem fotográfica.

Isso não quer dizer que, na contemporaneidade, a fotografia tenha perdido seu status de evidência do factual. Quando associada a notícias jornalísticas, por exemplo, ajuda a agregar confiabilidade à informação veiculada. Para Bistane e Bacellar (2005), no contexto jornalístico, a imagem transforma quem a vê em testemunha. Segundo as autoras, “imagens também dão credibilidade e força às notícias, sobretudo às denúncias” (ibid., p. 41). Justamente pela prevalência da indicialidade, da relação existencial e de registro, a fotografia tem sido usada para fazer o texto verbal mais autêntico, como a comprovação do fato ocorrido. Para Pinto (2010, p. 20), na atualidade, o visual se impõe como principal meio de leitura de jornais, de modo que “hoje não se lêem mais jornais, vêem-se jornais”:

O poder de convencimento da imagem fotográfica influencia a leitura e o aprendizado diário. [...] E hoje, mais do que nunca, devido à grande quantidade de informações à qual estamos expostos, a cognição se faz pelo visual [...] a fotografia atua, cada vez mais, como ponto de referência na escolha da notícia a ser lida. O leitor precisa ver a notícia para que passe a existir o acontecimento. A realidade está nas imagens, com elas o jornal torna-se claro, o texto fica [...] mais “inteligível”, atraindo a atenção do receptor e informando facilmente (PINTO, 2010, p. 20)



Figura 1



Figura 2



Figura 3

Justamente por seu caráter de registro e evidência do real, a fotografia passa um senso de credibilidade que, por vezes, pode ser injustificado. De acordo com a autora, “sempre houve um condicionamento quanto à ‘certeza’ de a fotografia ser uma prova irrefutável de verdade” (ibid., p. 23) o que pode levar o leitor da notícia a acreditar “fielmente que a fotografia é a comprovação daquilo que está impresso, uma verdade inequívoca do acontecimento” (ibid., p. 21). O que se sucede dessa confiança cega é que, segundo Pinto, usa-se da credibilidade fotográfica para reforçar uma ideia – que pode estar ou não em conformidade com a verdade.

As Figuras 1, 2 e 3 poderiam, aparentemente, acompanhar qualquer texto jornalístico. Visualmente, seguem os principais parâmetros utilizados para compor o retrato do personagem sobre quem a notícia em questão se refere. Seja pela estética padronizada que comumente se utiliza em jornais, por meio de poses, luz, enquadramento, entre outros códigos visuais, as figuras se assemelham em numerosos aspectos às fotografias veiculadas no meio jornalístico. As figuras poderiam passar despercebidas entre outras fotografias de jornal, sendo aparentemente indiferenciáveis das mesmas. Em relação às Figuras 1, 2 e 3, ter certa experiência colateral⁸, conforme propõe Peirce, que traga informações sobre o modo de produção de tais imagens pode afetar a interpretação que é feita a partir delas. As imagens em questão foram disponibilizadas no site *This Person Does Not Exist*⁹ (que pode ser traduzido como “essa pessoa não existe”), criado pelo programador Phillip Wang e lançado no início de 2019, e foram geradas “por inteligência artificial (AI) usando de redes neurais para criar imagens falsas” (MOTA, 2019), por meio de um *software* da empresa NVIDIA chamado StyleGAN. A informação sobre a origem e o modo de produção muda drasticamente a leitura das figuras.

Apesar de parecerem fotografias, elas não o são. São criações de uma AI que está em contínuo aprendizado para produzir imagens digitais extremamente realistas de pessoas fictícias, que não têm existência física, real. “A AI é capaz de apresentar alguns dos rostos de aparência mais realista de pessoas inexistentes que as máquinas produziram

⁸ Peirce introduz o conceito de “experiência colateral” como o conhecimento prévio necessário para que seja possível entender e identificar melhor o objeto que o signo representa: “Por observação colateral, refiro-me à intimidade prévia com aquilo que o signo denota” (CP 8.179). Em outros termos, a experiência colateral é algo que está fora do signo, mas que fornece certas informações que podem ampliar a interpretação do signo.

⁹ Disponibilizadas no site: <https://thispersondoesnotexist.com/>. Acessado em 02 de setembro de 2020.

até agora”¹⁰ (METZ, 2019). Fruto de um refinado desenvolvimento tecnológico, este *software* cria um novo tipo de signo, com características próprias. Tamaña inovação pode causar surpresa ao intérprete que se depara com ela pela primeira vez. Àquele que não tiver a experiência colateral e não estiver inserido no contexto necessário para saber que se trata de uma criação digital, talvez olhe para as imagens como se fossem fotografias e seu caráter de retrato de uma pessoa real jamais seja questionado.

A decisão de criar digitalmente imagens de rostos humanos não ocorreu por acaso. “Os rostos são mais importantes para a nossa cognição, então eu decidi usar esse modelo pré-formatado específico. Mas o grupo de pesquisa da NVIDIA incluiu modelos pré-concebidos para gatos, carros e quartos em seu repositório”, afirma Wang (MOTA, 2019). De fato, o rosto tem um papel importante na percepção humana, sendo alvo de pesquisas específicas em diversas áreas do conhecimento. Leone (2018, p. 3) desenvolve uma pesquisa sobre isso mostrando “a proeminência do rosto na neurofisiologia da percepção e da cognição”¹¹, a “evolução da ‘leitura de rostos’, da fisionomia antiga até as teorias de percepção de rosto dos dias de hoje”, até “as implicações políticas e econômicas do ‘armazenamento digital de rostos’”. Rostos são fáceis de reconhecer e permitem que pequenas mudanças, ainda que sutis, sejam muito significativas na identificação de um indivíduo.

Por outro lado, parece relevante que modelos de outros objetos, como animais, veículos e ambientes domésticos também estejam sendo desenvolvidos na criação de imagens digitais por AI, sem amparo na realidade física. Tal possibilidade abre precedente para que imagens de qualquer categoria de objeto possam ser representadas com realismo extremo, indiferenciáveis ao olho humano de fotografias tradicionais. No entanto, essas imagens seriam produzidas integralmente a partir de códigos algorítmicos, e sem nenhum tipo de conexão com um objeto existente que reflete luz. Devido à capacidade de aprendizado da AI, a tecnologia passa por um processo de amadurecimento muito rápido e autônomo, sem intervenção humana após o estágio inicial. Assim, essas imagens se tornam gradativamente mais sofisticadas e realistas. Sites como o *This Person*

¹⁰ Tradução própria. No original: “The AI is adept at coming up with some of the most realistic-looking faces of nonexistent people that machines have produced thus far”.

¹¹ Tradução própria. No original: “the prominence of the face in the neurophysiology of perception and cognition”; “evolution of ‘face reading’, from ancient physiognomy until present-day face perception theory”; e “the economic and political implication of ‘digital face storage’”, respectivamente.

Does Not Exist “mostram como está se tornando fácil para as pessoas criar imagens falsas que parecem plausivelmente reais – para o bem ou para o mal”¹² (METZ, 2019).

Aqui, vale retornar à teoria semiótica de Peirce na busca por uma compreensão mais sólida deste tipo de signo. Peirce afirma que todo signo tem necessariamente um objeto. “Para que algo possa ser um Signo, esse algo deve ‘representar’, como costumamos dizer, alguma outra coisa, chamada seu Objeto” (PEIRCE, 2017, p. 47). O autor também afirma que um signo pode ter mais de um objeto ou um conjunto de objetos.¹³ Em uma fotografia, o objeto mais óbvio é o ser fotografado – por exemplo, na fotografia de uma menina, a menina, como indivíduo particular, é um objeto do signo. Mas o conjunto de objetos também pode incluir outros elementos, como a noção geral de pessoa e a própria técnica fotográfica.

No caso das imagens do *This Person Does Not Exist*, o objeto pode parecer menos claro. Borges (2019, p. 139) afirma que “o objeto de um signo pode não ser um particular definido nem ser restrito a uma ideia particular, a qual o representa (como o interpretante em uma relação semiótica)”¹⁴. Alguns objetos podem ser apontados. Um deles é a técnica que o permite. Nesse sentido, um objeto das imagens do *This Person Does Not Exist* é a tecnologia, a inteligência artificial, complexa, codificada e regida por leis informacionais altamente sistematizadas. Outro objeto é a própria humanidade, as pessoas de modo abstrato, visto que as imagens buscam replicar rostos humanos. Por buscar reproduzir o modo de representação da realidade típico das fotografias, especificamente dos retratos, outro objeto também pode ser a fotografia de modo geral e seu código visual tradicional. E, ainda, poderia ser sugerido que outro objeto seja a imagem digital, formada por pixels, sem materialidade física, cujo acesso se dá por meio de uma tela.

¹² Tradução própria. No original: “These sites show how easy it's becoming for people to create fake images that look plausibly real — for better or worse”.

¹³ “A frase ‘Caim matou Abel’, que é um Signo, refere-se no mínimo tanto a Abel quanto a Caim, mesmo que não se considere, como se deveria fazer, que tem em ‘um assassinato’ um terceiro Objeto” (PEIRCE, 2017, p. 47).

¹⁴ Tradução própria. No original: “The object of a sign may not be a definite particular, nor is it restricted to a particular idea, which represents it (as the interpretant in a semiotic relation)”.

Pode-se observar que cada imagem gerada por essa AI pode funcionar como uma réplica¹⁵ de algo mais geral que as produz, um legissigno, que engloba a todas. A réplica, enquanto existente em particular com a qual é possível ter contato, pode ser entendida como um sinsigno. Ao representar todo um universo de possibilidades tecnológicas, com seus códigos e normas, e propor que há uma nova forma de criar uma imagem, um modo de funcionamento presente é de legissigno simbólico dicente. A sua réplica, desse modo, funcionaria como sinsigno indicial dicente, pois é um existente que se relacionou diretamente com seu objeto – a tecnologia, a inteligência artificial – para ser produzido.

Um [Legissigno] Símbolo Dicente, ou Proposição ordinária, é um signo ligado a seu objeto através de uma associação de ideias gerais e que atua como um Símbolo Remático, exceto pelo fato de que seu pretendido interpretante representa o Símbolo Dicente como, sendo, com respeito ao que significa, realmente afetado por seu objeto, de tal modo que a existência ou lei que ele traz à mente deve ser realmente ligado com o objeto indicado. [...] A réplica do Símbolo Dicente é um Sinsigno Dicente de um tipo especial. (PEIRCE, 2017, p. 57)

Na sua relação com os possíveis objetos apontados, se percebe diferentes tipos de ligação. Se a atenção vai para o modo como o signo representa um rosto humano, visto que a composição faz com que se perceba claramente o retrato de uma pessoa, então pode ser percebida uma relação de iconicidade, ou seja, de similaridade de qualidades – formato do nariz, cor de pele, textura do cabelo. No entanto, a similaridade aqui não é com um rosto específico existente, mas com uma certa ideia de rosto possível, o que nos leva a pensar que seria uma similaridade um pouco mais vaga. No entanto, se o foco muda para a representação de padrões imagéticos típicos da fotografia, então são as leis que regem a ordenação visual fotográfica – enquadramento, poses – que prevalecem, em uma relação simbólica. Da mesma maneira, se o foco é colocado no modo como o signo representa a tecnologia que o possibilita, então a relação é simbólica, visto que são as leis e códigos informacionais que regem esta ligação.

Por ser um signo de alta complexidade, múltiplas interpretações são viáveis. Mas o que acontece se o intérprete, não tendo a informação colateral sobre o papel da AI no

¹⁵ Peirce entende que todo legissigno (a lei geral que é um signo) significa através de um caso de sua aplicação, que pode ser denominada réplica. Para diferenciar o legissigno de sua réplica, Peirce (2017, p. 52) exemplifica: “A palavra ‘o’ normalmente aparecerá de 15 a 25 vezes numa página. Em todas essas ocorrências é uma e a mesma palavra, o mesmo legissigno. Cada uma de suas ocorrências singulares é uma Réplica. A Réplica é um Sinsigno. Assim, todo Legissigno requer Sinsignos”.

modo de produção dessas imagens, fizer uma leitura equivocada dessas imagens? É perfeitamente plausível que um leitor veja as imagens do *This Person Does Not Exist* e julgue estar diante de uma fotografia comum. O que decorre desta percepção é que sua interpretação será aquela adequada a uma fotografia: o interprete julgará que houve uma conexão dinâmica e existencial com o objeto para que o signo fosse produzido. E, a partir desse pressuposto, tal intérprete poderia ser levado a associar as imagens com as típicas noções de evidência, comprovação, registro e testemunho de ocorrências factuais. Assim, como já foi mencionado, tais imagens, associadas a um texto escrito, poderiam trazer credibilidade e força para notícias que não têm compromisso com a verdade.

É o contexto contemporâneo de disseminação de notícias falsas e de pós-verdade que inspira as referidas hipóteses. O conceito de pós-verdade vem se tornando cada vez mais popular desde o início dos anos 2000. A chamada ‘era da pós-verdade’¹⁶ diz respeito a um período em que a verdade teria se tornado irrelevante, passando a ter menos importância do que o apelo à emoção e à crença¹⁷. Seria, de acordo com o jornal *The Economist*, um momento em que a verdade não é falsificada ou contestada, mas passa a ter importância secundária, diante de mentiras criadas não para convencer, mas para reforçar preconceitos¹⁸. Os instrumentos que ancoram a pós-verdade costumam ser motivados por interesses pessoais, privados, muitas vezes, políticos. Um dos eixos que vêm sustentando esse cenário em que a verdade deixa de ser primordial são as notícias falsas. O termo, sinônimo de *fake news*, será entendido aqui como equivalente a notícias fraudulentas e notícias mentirosas, em que há a intenção maliciosa “do agente de enganar o interlocutor, o público ou o destinatário” (BUCCI, 2018, p. 22), sendo mais do que um mero boato ou fofoca.

¹⁶ Tendo sido usado pela primeira vez em 1992, em uma coluna da revista *The Nation*, escrita por Steve Tesich, o termo ganhou destaque com a publicação do livro *The post-truth era*, de Ralph Keyes (2004). Política da pós-verdade parece ter sido cunhada pelo blogueiro David Roberts, em 2010, e desde então tem sido usada para se referir à política desconectada “da própria substância da legislação em Estados democráticos de direito” (BUCCI, 2018, p. 22).

¹⁷ Tradução própria. No original: “Post-truth is an adjective defined as ‘relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief’.”, em *Oxford Languages*. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em: 09/09/2020.

¹⁸ Em 2016, a matéria “Art of the Lie: Post-Truth Politics in the Age of Social Media” (A Arte da Mentira: A Política da Pós-Verdade na Era das Redes Sociais) foi publicada pelo jornal *The Economist*, firmando o uso da expressão para designar um cenário em que “truth is not falsified, or contested, but of secondary importance”. Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie> Acesso em: 07/09/2020.

O termo *fake news* vem ganhando popularidade nos últimos anos, sobretudo desde 2017, quando chegou a ser considerada a palavra do ano pelo dicionário Collins¹⁹. Desde então, seu uso se tornou cada vez maior como forma de estratégia política em países como o Brasil, os Estados Unidos e a Inglaterra. Apesar de ter alcançado uma aparente onipresença em tempos recentes, o fenômeno das *fake news* não é novidade²⁰. Entretanto, houve uma expansão significativa na criação e disseminação de notícias falsas com o domínio das mídias sociais e demais meios de interação e compartilhamento on-line. “Pode-se argumentar, e com razão, que a novidade não está nas *fake news* em si, mas na aparição de um instrumento capaz de reproduzi-las e disseminá-las com amplitude e velocidade inauditas”, segundo Frias Filho (2018, p. 42). Com a internet, as redes sociais e os dispositivos móveis, a criação e difusão de conteúdo se tornou mais fácil.

A internet e as redes sociais instauraram uma lógica inédita imensamente facilitadora para a publicação e o compartilhamento. Tal lógica atingiu seu pico a partir das mídias móveis que permitem a publicação e interação de qualquer ponto do espaço, no momento em que se desejar. Qualquer pessoa pode abrir um site, um blog ou um perfil em quaisquer plataformas que quiser (SANTAELLA, 2018, p. 31)

A questão dos meios on-line como facilitadores do florescimento de notícias falsas se baseia em ao menos três fatores, que se entrelaçam. (1) Primeiro, qualquer pessoa pode criar conteúdo, podendo ter o objetivo de favorecer seus interesses pessoais ou desfavorecer o de seus inimigos ou concorrentes. Como todos podem produzir publicações, isso também implica que o usuário comum se acostuma a estar cercado por conteúdo vindo de múltiplas fontes, às quais nem sempre serão conhecidas. (2) Em segundo lugar, como consequência do primeiro, mas também da própria facilidade de publicação, está a profusão de informação que soterra os usuários de redes sociais. O excesso de informação²¹ se delinea como problema por desorientar os indivíduos sobre o

¹⁹ Segundo a matéria “Fake news is 'very real' word of the year for 2017” (fake news é a palavra ‘muito real’ do ano de 2017, em tradução própria), publicada pelo jornal The Guardian em 02 de novembro de 2017, o termo ‘fake news’ adquiriu certa legitimidade graças à aparente onipresença garantida pelo aumento de 365% em seu uso desde o ano anterior. Fonte: <https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017>. Acesso em 07/09/2020.

²⁰ “A mentira de imprensa é tão antiga quanto a imprensa. Quando olhamos os jornais da virada do século XVIII para o século XIX na Europa e nos Estados Unidos, vemos um festival de calúnias e xingamentos sem nenhum compromisso com o equilíbrio, a ponderação e a objetividade. Os diários que conquistaram na prática a liberdade de imprensa primavam pela violência da linguagem e mentiam à vontade. [...] Faz tempo, portanto, que relatos inverídicos embaralham a política e as comunicações humanas” (BUCCI, 2018, p. 23-24).

²¹ Aludida como ‘mal do século’ já em 2001, uma suposta síndrome do excesso de informação causaria ansiedade, angústia e insônia. “Quanto mais sabemos, menos seguros nos sentimos. É a sensação de que o mundo está girando a

que é importante e merecedor de atenção e o que não passa de banalidade. O tsunami de informações pode propiciar a ofuscação de alguns dados em detrimento de outros, que se destacam, intencionalmente ou não. (3) E, por fim, a velocidade que se impõe nos meios on-line, sobretudo nas redes sociais, nas quais a própria estrutura se configura de modo a que o que é novo se sobreponha ao que é mais antigo. Assim, a produção constante de conteúdo é estimulada, como forma de se tornar mais visível - a visibilidade está diretamente relacionada à rentabilidade e ao sucesso nesse contexto on-line. A rapidez na produção de notícias pode, por um lado, prejudicar a apuração sólida dos fatos, e por outro, atrapalhar a checagem dos fatos antes do compartilhamento. Para Bucci (2018), fica nítido como os meios on-line

aceleraram e fortaleceram a pós-verdade. Isso se deu por pelo menos dois motivos. O primeiro tem a ver com um incremento de velocidade, de alcance, de eficácia e de escala. Vários levantamentos mostram que as notícias fraudulentas repercutem mais do que as verdadeiras. E mais rapidamente. [...] O segundo fator é econômico. Notícias fraudulentas dão lucro (ibid., p. 27)

Associados entre si, os fatores mencionados criam no cenário contemporâneo da internet um terreno fértil para as notícias falsas. Se acompanhadas por imagens, sua chance de ser replicada aumenta ainda mais, graças à credibilidade conferida às fotografias no imaginário popular. “O usuário compartilha sem nem mesmo ler o conteúdo, só passando os olhos na chamada e na imagem, cujo poder de atração as colocam no foco central da atenção” (SANTAELLA, 2018, p. 32). As fotografias – e as imagens que se parecem com elas, como aquelas geradas pelo programa *This Person Does Not Exist* – se passam por evidência do que está escrito no texto, ou mesmo só no título da notícia, trazendo ao leitor uma sensação de confiança em relação ao que está vendo. Essa sensação parece ter um peso grande na tomada de decisão em meio à infinidade de notícias que se acumulam, pois, “quanto mais tráfego houver, tanto maior será a difusão do engano, cujo modo de propagação é regido, sobretudo, pelo apelo emocional não filtrado pela razoabilidade do bom senso” (ibid, p. 32). A autora apresenta pesquisas realizadas em uma rede social²² que demonstram que, quanto à categoria temática, as

muitas rotações a mais do que nós mesmos”, afirmam especialistas em matéria da Folha de São Paulo de setembro de 2001. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/dimenstein/imprescindivel/semana/gd020901a090901.htm>. Acesso em: 07/09/2020.

²² A pesquisa foi realizada no Twitter, de 2006 a 2017, por Vosoughi, Roy e Aral, tendo levado o nome “The spread of true and false news online” (A propagação de notícias verdadeiras e falsas online) e é descrita por Santaella (2018, p. 37-39).

notícias sobre política são as que mais se disseminam. Em relação à veracidade, as falsas têm vantagem, sendo que há uma probabilidade 70% maior de se compartilhar uma notícia mentirosa do que uma verdadeira. A razão para isso parece ser a carga emocional atrelada às notícias falsas que, sem compromisso com a realidade, podem ser sensacionalistas, causar desgosto, medo e, especialmente, surpresa.

Quando a produção de notícias falsas se alia à possibilidade de utilização de imagens também falsas – mas que parecem reais a ponto de sua falsidade ser indetectável ao olho humano –, as ferramentas para criação de mentiras se tornam ainda mais fortes. A AI *This Person Does Not Exist* vem sendo considerada por alguns teóricos²³ como uma forma de *deepfake*. Popularizadas a partir de 2017²⁴, tratam-se de imagens, sons e vídeos criados por meio de inteligências artificiais denominadas *deep learning* para representar eventos falsos. É uma questão que complexifica ainda mais a tarefa de identificar o que é verdadeiro e o que é falso, e seus detalhes merecem ser mais explorados em outra oportunidade. O que é fundamental mencionar é que se abrem novas possibilidades de criar conteúdo falso cada vez mais realista e, por isso, com potencial cada vez maior de manipular e enganar. Não se trata de demonizar o desenvolvimento científico e tecnológico nem ser negacionista quanto ao progresso e a evolução. Vale ressaltar que a expansão do conhecimento tem lugar central na obra de Peirce, por meio do crescimento da razão, do aprendizado e da aquisição de conhecimento. No entanto, é preciso identificar os impactos que um novo signo pode ter em determinado contexto, e também como certos cenários socioculturais podem motivar a criação de novos signos.

Dependendo da utilização feita com uma inovação tecnológica, seus efeitos podem ser positivos ou negativos. Analisando o modo como os indivíduos têm se comportado na internet e nas redes sociais, levando a um aumento na criação e propagação de notícias falsas, parece razoável esperar que as imagens criadas pela AI do

²³ A artista e professora da Universidade de São Paulo (USP) Giselle Beiguelman discorre sobre o assunto na matéria “As verdades dos *deepfakes*”, publicada pela Revista Zum em julho de 2020. Disponível em: <https://revistazum.com.br/revista-zum-18/online/>. Acesso em 29 de setembro de 2020.

²⁴ Segundo matéria do jornal The Guardian, publicada em janeiro de 2020, “Podemos esperar mais *deepfakes* que assediam, intimidam, rebaixam, enfraquecem e desestabilizam. [...] O impacto mais insidioso dos *deepfakes*, junto com outras mídias sintéticas e notícias falsas, é criar uma sociedade de confiança zero, onde as pessoas não conseguem ou não se preocupam mais em distinguir a verdade da falsidade. E quando a confiança é corroída, é mais fácil levantar dúvidas sobre eventos específicos”. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2020/jan/13/what-are-deepfakes-and-how-can-you-spot-them>. Acesso em 16/09/2020.

This Person Does Not Exist sejam utilizadas com fins maliciosos, com o objetivo de enganar e favorecer uma agenda política em detrimento dos interesses do oponente.

O desafio de como lidar com notícias falsas é antigo, se torna cada vez maior e ainda não tem uma solução definitiva²⁵. Seja por meio do texto mentiroso ou de imagens que parecem incrivelmente verdadeiras, mas são fictícias, as notícias falsas vêm estabelecendo uma realidade em que desconfiar se torna cada vez corriqueiro e, quiçá, necessário. No entanto, a insegurança de não saber em que acreditar, que decorre da existência em um mundo de pós-verdade, pode afetar a referência que se tem entre o que é verdadeiro e o que é falso.

O resultado de uma substituição coerente e total de mentiras à verdade de facto não é as mentiras passarem a ser aceites como verdade, nem que a verdade seja difamada como mentira, mas que o sentido através do qual nos orientamos no mundo real - e a categoria da verdade relativamente à falsidade conta-se entre os recursos mentais para prosseguir esse objectivo - fique destruído (ARENDDT, 1995)

Se as noções de verdade e falsidade e a oposição entre elas vão se destruindo, torna-se cada vez mais difícil diferenciar o que é fato e o que é mentira. A perda da solidez entre o que separa verdade e mentira acaba por reforçar a própria noção de pós-verdade que permeia a contemporaneidade. Como consequência, a pós-verdade se fortalece e a busca pela verdade factual vira uma tarefa árdua e nebulosa. Saber que tipo de tecnologia pode estar atuando nas representações do mundo auxilia na luta contra as notícias falsas. Assim, é preciso se adaptar às inovações e estar atento a possíveis enviesamentos, a fim de não se deixar ser engolido pela profusão notícias – sejam elas verdadeiras ou falsas.

Referências

ARENDDT, Hannah. Verdade e Política. **Entre o Passado e o Futuro**. Tradução de Manuel Alberto. Lisboa, Relógio D'Água Editores, 1995. Em: <http://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2014/11/Verdade-e-pol%C3%ADtica.pdf>. Acesso em: 07/09/2020.

²⁵ A solução para esse problema não é óbvia nem simples. Educar os usuários em relação ao conteúdo com que eles podem estar interagindo e compartilhando é um passo para evitar impactos negativos que podem estar por vir. Santaella (2018, p. 26) fala sobre “educação para as mídias e nas mídias”, um aprendizado contínuo sobre recursos disponíveis, pesquisa adequada e mudança de hábitos. Algumas sugestões são procurar fontes confiáveis, investigar criticamente quem publica e sobre quem se refere, e evitar só consumir conteúdo vindo dos mesmos meios e indivíduos, a fim de combater a alienação e ter perspectivas diferentes. Sobre as notícias falsas, “o desenvolvimento de pensamento crítico foi eleito como o antídoto mais eficaz contra os [seus] efeitos nefastos” (ibid., p. 41). No caso de notícias, além de se questionar sobre a razoabilidade do que está sendo divulgado, vale buscar agências de checagem de fatos para conferir se a informação está de acordo com a verdade factual, conforme propõe Arendt (1995). Além disso, no caso de imagens que possam ser falsas, a autora sugere o uso do Google Reverse Image Search, que aponta a origem da imagem utilizada.

BISTANE, L., BACELLAR, L. **Jornalismo de tv**. São Paulo: Contexto, 2005

BORGES, Priscila. A Complex System of Sign Classes for. **The Bloomsbury Companion to Contemporary Peircean Semiotics**, p. 133, 2019.

_____. A System of 21 Classes of Signs as an Instrument of Inquiry. **The American Journal of Semiotics**, 2016.

BUCCI, Eugênio. (2018). Pós-política e corrosão da verdade. **Revista USP**, n. 116, p. 19-30, 29 maio 2018.

FERRAREZI, Fernanda Carvalho. **O olhar do viajante**: uma análise semiótica de fotografias de viagem do Instagram. 2018.

FRIAS FILHO, Otávio. O que é falso sobre fake news. **Revista USP**, n. 116, p. 39-44, 29 maio 2018.

LEONE, Massimo. **The semiotics of the face in the digital era**. Perspectives, v. 17, 2018.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**: introdução à fotografia. Brasiliense/Funarte, 1984.

METZ, Rachel. **These people do not exist**. Why websites are churning out fake images of people (and cats). 2019. Em <https://edition.cnn.com/2019/02/28/tech/ai-fake-faces/index.html>. Acesso: 03/09/2020.

MOTA, Renato. **Site cria fotos realistas de pessoas que não existem, usando imagens reais**. 2019. Em <https://canaltech.com.br/inteligencia-artificial/site-cria-fotos-realistas-de-pessoas-que-nao-existem-usando-imagens-reais-132971/>. Acesso: 02/09/2020.

PEIRCE, Charles Sanders. **Collected papers**, v. 1-6, Hartshorne and Weiss (eds.); v. 7-8, Burks. (ed.). Cambridge, Massachussets: Harvard University Press. As referências no texto foram feitas sob **CP** seguido de número do volume e número de parágrafo.

_____. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2017.

PINTO, Tânia Oliveira Teixeira. Os olhos do mundo: a força da imagem no jornalismo do século XXI. **Revista Linceu On-Line**, v. 1, n. 1, 2010.

QUEIROZ, João. **Semióse segundo CS Peirce**. São Paulo: EDUC, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Editora estação das letras e cores, 2018.

_____. **O que é semiótica**. Brasiliense, 2017.

SOUZA E SILVA, Wagner. **Fotografia e interfaces digitais**: Convergência entre construção, comunicação e significação. **Revista GEMInIS**, v. 6, n. 1, p. 329-340, 28 jun. 2015.