

---

## **A desinformação e a erosão do contrato de comunicação: o combate às fake news numa perspectiva crítica<sup>1</sup>**

Michel Carvalho da SILVA<sup>2</sup>  
Universidade Federal do ABC, Santo André, SP

### **RESUMO**

As iniciativas de enfrentamento à desinformação são desenvolvidas a partir de um ordenamento social, idealizado, que vem sendo corroído nos últimos tempos, de tal modo que a autoridade e a legitimidade das instituições mediadoras estão em xeque. Recorrendo à noção de contrato de comunicação, preconizada pela teoria semiolinguística, discute-se como a erosão de acordos firmados tacitamente entre interlocutores podem impactar nas ações de educação midiática e fact-checking e quais seriam os caminhos para aperfeiçoar os programas de combate à difusão de informações falsas, equivocadas e maliciosas no ambiente digital. O objetivo é oferecer uma perspectiva crítica frente a esse complexo fenômeno contemporâneo.

**PALAVRAS-CHAVE:** desinformação; contrato comunicacional; educação midiática; instituições mediadoras.

### **INTRODUÇÃO**

A desconfiança generalizada nas instituições públicas e nos agentes políticos se estende ao conjunto de lugares dedicados tradicionalmente à validação do conhecimento, como a igreja, a justiça, a universidade, a família e a imprensa profissional, o que potencializa a chamada crise epistêmica (BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018). O acirramento da polarização política, associado ao consumo elevado de veículos de comunicação com forte inclinação ideológica, ajuda a dilapidar o terreno comum da compreensão compartilhada dos fatos e intensifica a disputa por imaginários.

A capacidade dessas instituições tradicionais de autoridade para influenciar o debate público diminuiu fortemente com as recentes mudanças no ambiente comunicacional. O enfraquecimento dos processos de mediação e a corrosão da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais GP Comunicação e Educação, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências Humanas e Sociais (UFABC). Mestre em Ciências da Comunicação (USP). Membro do Grupo de Pesquisa Mediações Educomunicativas (MECOM). É Chefe de Serviços de Comunicação Social na Câmara Municipal de Cubatão (SP). Contato: midiacidada@gmail.com.

---

confiança no jornalismo profissional e no saber especializado tornaram mais complexas a produção e a disseminação de conhecimentos na contemporaneidade.

Inicialmente, é preciso entender que a incorporação do termo fake news ao noticiário e ao debate acadêmico não impede a discussão em torno da polissemia da expressão e das diferentes conceituações para esse fenômeno desinformativo e seus processos de produção e distribuição. Em nosso trabalho, conceberemos a ideia de fake news dentro do ecossistema da desinformação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2018), por entender que se trata de um conceito mais abrangente e que corresponde melhor aos objetivos de nossa discussão.

A desinformação<sup>3</sup> se tornou um problema global que coloca em risco a coesão social, o funcionamento das instituições democráticas, a manutenção da ordem e a saúde coletiva. Com a pandemia de Covid-19, doença causada pelo novo coronavírus (Sars-CoV-2), a produção e distribuição de conteúdos desinformativos atingiu um patamar preocupante. Nesse cenário de incertezas, a população é bombardeada por uma enxurrada de informações, o que a Organização Mundial da Saúde (OMS) definiu como infodemia, que se trata de “um exponencial aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico” (OPAS, 2020).

Frente a esse processo de desordem informacional e de deslegitimação das instituições tradicionais de mediação, o campo da comunicação tem um papel importante no enfrentamento às ações de distorção e falseamento das informações. Ao conferir visibilidade a esse problema público e propor formas de mitigação, as instituições mediadoras acionam uma pretensa legitimidade, isto é, “reconhecimento pelo corpo social do direito de agir em nome de uma finalidade aceita por todos.” (CHARAUDEAU, 2016, p. 14). Para compreender essa dinâmica de construção de legitimação e de autoridade por parte desses agentes, recorreremos neste trabalho à noção de contrato de comunicação, desenvolvida na teoria semiolinguística do discurso.

A crise epistêmica favorece a ruptura do contrato de comunicação, estabelecido tacitamente pelas instituições mediadoras, à medida que os cidadãos não conseguem mais confiar na validade de seus enunciados. Esse acordo, que não é manifesto, pode ser

---

<sup>3</sup> A noção de desinformação remonta a contextos militares, dentro de projetos estratégicos de contrainformação e espionagem. O termo aparece no idioma russo como dezinformatsiya, depois da Segunda Guerra Mundial, no contexto de Guerra Fria em que os EUA e a União Soviética disputam a hegemonia no mundo.

entendido como um pacto mesmo, em que ocorre o reconhecimento dos papéis de cada sujeito no processo de troca. O enfrentamento à desinformação, por meio da adoção de iniciativas como a educação midiática e o fact-checking (checagem de fatos), é dificultado pela erosão desses acordos sociais firmados historicamente entre atores institucionalizados e cidadãos no processo interacional.

Para fundamentar nossa tese e alcançar os objetivos desse trabalho, o artigo é constituído inicialmente por uma seção que reflete sobre o ecossistema da desinformação. Em seguida, apresentamos um panorama geral da noção de contrato de comunicação, ancorada na teoria semiolinguística. Ao final, discutimos os dilemas do enfrentamento à desinformação, a partir da relação entre desinformação e a ruptura dos acordos entre as instituições tradicionais de mediação e o conjunto da sociedade.

### **O ecossistema da desinformação**

As expressões “fake news”, “pós-verdade” e “desinformação” costumam ser mencionadas como sinônimos, como se fossem indicativos de um mesmo fenômeno. No entanto, suas causas históricas e implicações para a sociedade são distintas. O elemento comum entre elas é colocar no centro da discussão a questão da verdade, um assunto muito debatido por várias áreas do conhecimento e diferentes compreensões teóricas. Partindo do pressuposto de que a verdade no senso comum significa enunciado de alegação factual objetiva e comprovada, observa-se que na sabedoria convencional a verdade é associada à qualidade daquilo que é verídico, preciso, exato, que está em conformidade com os fatos ou com a realidade.

Quando discutimos a ideia de verdade estamos falando essencialmente de sentidos elaborados pela articulação das relações de saber e poder. O conceito de regimes de verdade é muito caro para Foucault (2012, 2009, 2008). Em linhas gerais, pode-se entendê-lo como o conjunto sistematizado de proposições, instituições e disciplinas que regulamentam e controlam os discursos, e se impõem como instrumentos de manutenção do poder por meio de uma política universal da verdade submetida às disciplinas e coerções normalizadoras.

Para Foucault, cada sociedade tem o seu próprio regime geral de verdade, que promove uma determinada percepção sobre a verdade, modulando o comportamento humano, ao submeter os indivíduos às instituições e aos procedimentos normativos do

poder. Dessa maneira, a distinção entre um enunciado verdadeiro e um falso depende do estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro e das instituições legitimadoras do regime de verdade, situado num dado tempo e espaço. São esses mecanismos que validam ou não um determinado enunciado e possibilitam a obtenção da verdade.

Em 2016, em meio à vitória de Donald Trump nas eleições presidenciais norte-americanas, ao referendo que definiu a saída do Reino Unido da União Europeia e ao referendo sobre o acordo de paz com as FARC na Colômbia, o Oxford Dictionary elegeu o léxico pós-verdade (post-truth) como a palavra do ano. Segundo a publicação, a expressão está relacionada ou denota circunstâncias nas quais os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal (OXFORD DICTIONARY, 2016).

McIntyre (2018) explica que o sentido do “pós” no neologismo “pretende indicar não tanto a ideia de que ‘deixamos para trás’ a verdade em um sentido temporal (como em ‘pós-guerra’), mas no sentido de que a verdade foi ofuscada: que é irrelevante.”(MCINTYRE, 2018, p. 5) . Para o autor, o pós-modernismo, que rejeita as grandes metanarrativas universais, é o “padrinho” da pós-verdade por transformar todos os saberes consolidados, inclusive os das ciências naturais, em narrativa sujeita à influência ideológica. Não existe, assim, uma resposta absolutamente correta sobre o que cada aspecto da realidade significa.

A pós-verdade, como “era”, “cultura” ou “política”, não pode ser concebida como um conceito que delimita dois períodos distintos: um orientado pela verdade objetiva e outro, pelo falseamento deliberado da realidade. Sem dúvida, as reconfigurações da esfera pública e os novos dispositivos de comunicação contribuíram para a formação de um ambiente tecnocultural mais aderente a conteúdos sem nenhum lastro com a verossimilhança e também mais crítico aos regimes de verdade vigentes. Por outro lado, alguns segmentos convivem há séculos com a relativização da verdade, a banalização da objetividade dos dados e a supremacia do discurso emotivo. A pós-verdade não inaugura, portanto, um novo estágio nas relações humanas, apenas incrementa a prática da mentira, da dissimulação e da manipulação de informações e imagens, como se verifica com a lógica da fake news.

O termo “fake news”, popularizado durante as eleições norte-americanas de 2016, é considerado impreciso por se confundir outros tipos de ruídos comunicacionais, como

---

exageros, omissões, rumores, especulações, notícias mal apuradas e descontextualizadas, ou mesmo sátiras. Mesmo não existindo consenso entre os teóricos do campo da comunicação acerca do termo “fake news”, é importante, a partir da literatura especializada, localizar zonas de convergências nocionais e sintetizar as múltiplas dimensões desse fenômeno.

A diversidade de empregos do termo fake news demonstra a dimensão e a complexidade do que se está lidando. O senso comum tende a igualar todo o tipo de conteúdo falso ou impreciso em circulação nas plataformas digitais, do áudio apócrifo compartilhado no grupo da família no WhatsApp à notícia publicada em site hiperpartidarizado, passando pelo vídeo de um influenciador digital no Youtube e um meme enviado para os stories no Instagram. Tudo é chamado de fake news. Do ponto de vista epistêmico, é preciso apontar algumas diferenças entre esses conteúdos, ainda que o objetivo, muitas vezes, seja o mesmo: confundir o público.

Em estudo famoso para aferir como as informações falsas influenciaram a corrida para a eleição presidencial norte-americana de 2016, Allcott e Gentzkow (2017) definiram fake news como informações comprovadamente falsas, produzidas intencionalmente com o objetivo de influenciar a opinião pública. Os pesquisadores excluíram dessa categoria os erros de comunicação, rumores, teorias da conspiração, sátiras, declarações falsas de políticos, relatórios manipulados ou enganosos. Já Lazer et al. (2018) definem fake news como informação fabricada que imita a forma de conteúdo noticioso, mas não seu processo organizacional e objetivo. Segundo os autores, os canais de fake news não seguem as normas editoriais dos veículos jornalísticos e os processos de produção que garantem a precisão e credibilidade da informação.

Diante da complexidade do tema e das inúmeras abordagens analíticas possíveis para interpretá-lo, é necessário sistematizar as várias contribuições teóricas sobre o conceito de fake news e de como operam nos fluxos comunicacionais. Desse modo, elencamos três características fundamentais que demarcam as fronteiras desse fenômeno: (I) conteúdo falso (total ou parcialmente) produzido de forma intencional; (II) emulação do jornalismo de referência (aparência e linguagem); (III) circulação de conteúdo no ambiente digital (sites e plataformas de redes sociais), de forma espontânea ou automatizada. Em síntese, as fake news para terem algum tipo de efeito sobre o público precisam ser confundidas com notícias profissionais, uma vez que o objetivo é tornar que a informação manipulada ou a deturpação da notícia não sejam reconhecidas.

---

Para além da discussão sobre fake news, precisamos entender que a propagação de informações falseadas, imprecisas e fora do contexto é favorecida por um cenário de excesso informativo, que causa confusão na apreensão da realidade cotidiana. A humanidade está imersa num ecossistema comunicacional híbrido, em que dados, opiniões, boatos e mentiras se justapõem. A verdade factual tem dificuldades em chamar a atenção do público nesse ambiente de mídia tão saturado quanto incompreensível.

Além das notícias (verdadeiras ou não), o público hoje tem acesso a vídeos, GIFs, fotos ou textos curtos produzidos para as plataformas digitais, na maioria das vezes sem fonte, sem o devido contexto, nem autoria definida. Nesse cenário de elevada poluição informacional e de pouca perspectiva crítica, os indivíduos são tragados pelo pensamento performativo de fake news, propagandas, más interpretações, ilusões, erros, entre outros ruídos. De fato, assiste-se a uma “desordem informacional” em escala global que vem gerando confusão e desconfiança (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

A ideia de desordem informacional, de Wardle e Derakhshan, ajuda a explicar esse processo de corrosão dentro do ecossistema informacional, que afeta a credibilidade e o funcionamento de diversas instituições de mediação, sobremaneira, o jornalismo de referência. Para os autores, embora a difusão de informações falsas não seja um fenômeno novo, o fator de diferenciação está no suporte comunicacional. “[...] a emergência da internet e tecnologias sociais trouxeram mudanças fundamentais na forma como a informação é produzida, comunicada e distribuída.” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 11).

Wardle e Derakhshan entendem que o termo “fake news” é totalmente inadequado para descrever o complexo fenômeno da desordem informacional. O termo também é criticado pelos autores porque passou a ser empregado por políticos de todo o mundo para desqualificar a cobertura da imprensa profissional. “Desta forma, está se tornando um mecanismo pelo qual os poderosos podem reprimir, restringir, minar e contornar a imprensa livre.” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 5, tradução nossa). No entendimento dos pesquisadores, apesar do crescimento significativo de trabalhos sobre desinformação, a falta de precisão conceitual dificulta o desenvolvimento de ações de enfrentamento a esse problema.

Wardle e Derakhshan explicam que o universo de desordem informacional engloba diferentes graus e tipos de desinformação, passando pelo falso contexto, falso conteúdo, manipulação, sátira e conteúdo enganoso. Os autores propõem uma

classificação conceitual para investigar o fenômeno, identificando os três tipos diferentes empregando as dimensões de dano e falsidade: I) disinformation: informações falsas criadas de modo deliberado no intuito de prejudicar pessoas, grupos sociais, organizações e países; II) misinformation: informações equivocadas ou confusas, mas que não foram criadas no intuito de causar danos; III) mal-information: informações maliciosas que se baseiam na realidade e são utilizadas para causar danos sejam a pessoas, organizações ou países.

Evidentemente, as categorizações de Wardle e Derakhshan não esgotam a discussão acerca das tipologias presentes no ecossistema da desinformação, mas apontam um caminho a ser considerado para compreender o problema. Em resumo, na cultura digital, de abundante oferta informativa, não existe a garantia de transformação de dados em informação, e tampouco em conhecimento por parte do indivíduo simplesmente pelo uso de tecnologias de informação e comunicação. As informações hoje se encontram espalhadas desordenadamente, produzidas tanto por instituições tradicionais de mediação, quanto por amadores, plagiadores e usuários que consideram um bom conteúdo aquele que possui maior número de visualizações ou curtidas.

A corrosão do ordenamento social que conferia autoridade instâncias mediadoras faz com que hoje se questione os sistemas peritos (GIDDENS, 1991). Esses dispositivos possuem, nas sociedades modernas, a função de organizar e suprir, com conhecimentos e dispositivos, as necessidades humanas em um mundo caracterizado pelo distanciamento no tempo e espaço das relações sociais. Um sistema dessa natureza requer uma confiança do público em sua competência especializada, como propõe a ideia de contrato de comunicação, proposta pelo linguista francês Patrick Charaudeau em sua análise semiolinguística do discurso.

### **O contrato de comunicação: expectativas e rupturas**

Num ato de comunicação, os parceiros estão regidos por um acordo tácito, ou seja, implícito. De acordo Charaudeau (2019), qualquer situação de comunicação é orientada por um contrato que determina as limitações discursivas e formais do intercâmbio entre os sujeitos falantes, relativas ao espaço, ao tempo, às formas e às relações sociais. Essas restrições são construídas por meio de práticas sociais e instauradas pelos indivíduos de um dado lugar, que, dessa forma, veem elaboradas as convenções e as condutas

---

linguageiras a fim de que o ato de comunicação se realize, seja na forma oral, escrita, monolocutiva ou interlocutiva.

Assim, o ato de comunicação se realiza numa ambiência de co-intencionalidade, na qual os interlocutores se submetem às exigências da situação de comunicação. Esse processo é definido por Charaudeau (2019) como “contrato de comunicação”, estabelecido pelo conjunto das restrições que codificam as práticas sociolinguageiras, que resultam das condições de produção e de interpretação (circunstâncias de discurso) do ato de linguagem. Desse modo, as estratégias discursivas devem ser estudadas em função desse contrato firmado.

O contrato de comunicação engloba dados externos e internos, sendo que os primeiros não são elementos linguísticos em si, mas os condicionamentos sociais dos sujeitos falantes envolvidos no processo de comunicação. Charaudeau (2013) aponta quatro categorias para os dados externos, cada uma das quais corresponde a um tipo de condição enunciativa: I) finalidade (“estamos aqui para dizer o quê?”); II) identidade dos participantes (“quem troca com quem?”, “quem fala com quem?”, “quem se dirige a quem?”); III) propósito (“do que se trata?”); e IV) circunstâncias materiais.

Já os dados internos fazem referência aos fatores propriamente discursivos, que incluem, segundo Charaudeau (2019), os espaços da locução, da relação e o da tematização. No primeiro, o sujeito deve justificar porque toma a palavra, impondo-se como sujeito falante e identificar ao mesmo tempo o interlocutor a quem se dirige. Já o espaço da relação é aquele em que o sujeito, ao construir a sua própria identidade como falante e a do seu interlocutor, estabelece relações de força ou de cooperação, de exclusão ou de inclusão com ele. Por último, o espaço da tematização é aquele no qual são tratados e organizados os âmbitos do saber, os temas de intercâmbio, e que são predeterminados pelos requisitos situacionais ou elaborados pelos participantes na troca.

Concebendo a construção de sentidos como produto desses dois fatores: o situacional (externo) e o linguístico (interno), Charaudeau entende o acordo entre os parceiros de fala<sup>4</sup> envolvidos no ato de comunicação como um contrato firmado tacitamente, que lhes possibilita o reconhecimento dos sujeitos numa troca linguística e

---

<sup>4</sup> Para Charaudeau (2019), o ato de comunicação depende de 4 parceiros: (I) sujeito comunicante (EUc) é o sujeito concreto, o qual tem uma intenção e assume os riscos pelo enunciado; (II) sujeito enunciator (EUe), que assume o papel e o discurso esperado nesse contexto; (III) sujeito destinatário idealizado (TUD) cuja imagem orienta o discurso do EUe, para quem o discurso é, em tese, elaborado; (IV) sujeito interpretante (TUi), ao contrário do leitor imaginado, este é o receptor real, que lê concretamente o texto e o interpreta a partir de seu repertório.

---

da influência das circunstâncias nesse mesmo ato. Em outras palavras, existe um acordo não manifesto entre os sujeitos discursivos no sentido de cooperarem para o ato ser realizado com sucesso, sendo que esse contrato orienta as restrições e as estratégias discursivas que integram a encenação (*mise-em-scène*) de todo ato de linguagem.

A noção de contrato de comunicação nos ajuda a discutir as estratégias de enfrentamento à desinformação pelas instituições tradicionais de mediação. Quando refletimos sobre qualquer ato de comunicação, na perspectiva da semiolinguística, precisamos refletir sobre a ideia de visadas que, de acordo com Charaudeau (2004), correspondem a uma intencionalidade que determina a expectativa do ato de linguagem do sujeito falante. O autor explica que os tipos de visadas são definidos por um duplo critério: a intenção prática do sujeito ao comunicar para o interpretante (enunciar para quê?); e a posição de autoridade deste sujeito em relação ao seu receptor.

Charaudeau aponta seis principais visadas: prescrição, solicitação, incitação, demonstração, informação e instrução. Para efeito da reflexão aqui proposta, nos concentraremos nas duas últimas, relacionadas aos objetivos de informar (fact-checking) e instruir (educação midiática). Na visada de informação, o autor explica que existe um enunciador querendo “fazer saber”, sendo legitimado em sua posição de saber; já o destinatário se encontra na posição de “dever saber” alguma coisa sobre a existência dos fatos, ou sobre o porquê ou o como de surgimento.

Já na visada de instrução, temos um enunciador querendo “fazer saber-fazer”, que se encontra ao mesmo tempo em posição de autoridade de saber fazer e de legitimação para transmitir o saber fazer; já o destinatário aqui está em posição de “deve saber fazer”, de acordo com o que é proposto pelo enunciador. Nesse sentido, existe aqui uma aproximação entre instrução e educação, apesar da primeira ter um caráter mais funcionalista e a segunda estar associada a uma dimensão global do processo de ensino-aprendizagem.

Para ser reconhecido e alcançar seus objetivos (informar sobre a desinformação ou formar um leitor crítico), o sujeito comunicante faz uso de determinadas estratégias discursivas na *mise-em-scène*, como a legitimação, a credibilidade e a captação. A legitimidade, que é dada ao sujeito, ocorre de forma predeterminada e não-negociável, a partir do status que ele ocupa nas diferentes redes de práticas sociais. As instituições mediadoras e seus públicos compartilham uma legitimidade dada a priori, que estabelece a condição de se estar apto a divulgar informações a seus interlocutores. Já a credibilidade

é conquistada, de acordo com Charaudeau, ao longo do processo de trocas linguageiras, em que existe uma certa confiança de que os interlocutores falam a verdade. A terceira estratégia discursiva é a de captação, que utiliza a emoção (pathos), acionando um sentimento que seja favorável a uma visada de influência do sujeito comunicante (CHARAUDEAU, 2018).

A partir do entendimento do que são as visadas e as estratégias discursivas, inferimos que o sujeito comunicante - as instituições mediadoras - supõe que o sujeito interpretante (cidadão) possui uma competência linguageira de reconhecimento análoga à sua. Dessa forma, o ato de linguagem, produzido por agências de fact-checking ou por programas de educação midiática, torna-se uma proposição que esses atores fazem à sociedade e da qual eles esperam uma contrapartida de adesão. O sujeito comunicante não quer somente ser bem entendido por seu interlocutor, existe também o objetivo de persuadir o sujeito interpretante a ser conivente com seus propósitos - informar ou educar.

Pelo contrato de comunicação estabelecido pelas instituições de mediação e os cidadãos, o sujeito interpretante concede o direito à palavra a seu interlocutor, e em seguida, reconhece sua capacidade de saber, de poder e de saber fazer. Porém, para alcançar tal legitimidade e credibilidade, o produtor de comunicação precisa apresentar provas de suas competências discursivas. Em outras palavras, o sujeito comunicante deve evidenciar alguns elementos discursivos que indicam sua posição – a de alguém que diz a verdade, fazendo uso de descrições, comparações, indicações de fontes e citações.

Quando se pensa em contrato, pressupõe-se o estabelecimento de cláusulas, como num contrato firmado em cartório entre duas partes. No campo da comunicação, pode-se fazer um paralelo com essa ideia regulatória, identificando as bases do acordo entre sujeito comunicante e sujeito interpretante. Em trabalho interior (SILVA 2021), consideramos que “dizer a verdade”, “selecionar fatos de interesse público”, “ser objetivo e imparcial nas informações” e “mostrar a realidade” são cláusulas centrais no contrato de toda instância provedora de informação. Como no acordo jurídico, o contrato comunicacional implica em sanções para o não atendimento a uma dessas cláusulas. Contudo, estamos nos referindo a uma sanção de caráter simbólico, de descrédito, ou seja, “de não reconhecimento de autoridade por parte do enunciatário, o que pode ser materializado pela indiferença ou pela contestação” (SILVA, 2021, p. 343).

A confiança é um atributo construído a partir de um certo grau de consenso social, mas hoje boa parte dos países ocidentais está se transformando em Estados de baixa

---

confiança, em que cada vez mais os contratos de comunicação das tradicionais instituições de autoridade são rompidos.

### **Desafios do enfrentamento à desinformação**

Como alerta Charaudeau (2020), vive-se um tempo de crises (da comunicação, da verdade, do saber e da confiança democrática), de tal modo que a formação de sujeitos informacionais éticos e críticos é cada vez mais complexa. Num contexto de polarização política radicalizada, emerge uma espécie de esfera pública disruptiva, em que posições de centro e moderadas, do ponto de vista liberal, desaparecem. Nesse quadro, as pessoas estão dispostas a dialogar somente com quem converge com o seu espectro ideológico; tudo o que é contrário à sua concepção de mundo é automaticamente invalidado, como algo que não merece crédito (SUNSTEIN, 2017).

Os consensos mínimos acerca de fatos e acontecimentos, antes inegociáveis, agora são desafiados por narrativas que, muitas vezes, rejeitam a lógica ou a empiria, em nome de uma crença que estrutura e orienta o agir de um grupo. Desse modo, o problema da desinformação enseja um conjunto complexo de fatores que ultrapassam a mera identificação de um conteúdo como verdadeiro, impreciso ou falso. O fact-checking<sup>5</sup> opera a partir da ideia de que o combate à difusão de informações falsas, equivocadas e maliciosas se dá pela verificação de determinados acontecimentos públicos. No entanto, a necessidade por conteúdo que confirme as crenças prévias do público é significativa, sendo maior que a demanda pela verdade objetiva (SUNSTEIN, 2017).

A liberdade de expressão deve ser protegida como direito humano que é, vedando-se qualquer retrocesso. Esse direito tem relação com a possibilidade de o indivíduo poder procurar, receber e difundir informações e ideias. No entanto, isso é bem diferente de compartilhar conteúdo falso ou distorcido com o propósito de reforçar crenças danosas, atrair audiência e enganar, gerando algum tipo de benefício econômico ou político.

A experiência humana é enriquecida ou empobrecida por representações às quais não teríamos acesso sem a mídia. No passado, o agendamento midiático criava o clima

---

<sup>5</sup> As primeiras experiências de fact-checking no Brasil foram os projetos “Mentirômetro” e “Processometro”, desenvolvidos pela FSP, em 2010, para verificar as declarações de políticos durante as eleições. Em 2014, o jornal O Globo lançou o blog “Preto no Branco”, que também era dedicado a checagem de declarações dos candidatos à presidência e ao cargo de governador em 6 Estados brasileiros. No entanto, somente em 2015 surgem as primeiras agências de fact-checking, quando são criados o site Aos Fatos e a Agência Lupa, que se dedicam exclusivamente ao trabalho de checagem das informações.

---

no qual a informação seria recebida, fixando não só o que iria ser discutido, mas como e por quem. Com a penetração das plataformas digitais no conjunto da sociedade, esse processo se transforma, provocando rupturas nos modos de produzir e consumir informação, de trabalhar, de aprender e de nos entretermos. Toda a nossa existência passou a ser mediada por telas e esses dispositivos passaram a ter um papel fundamental em nossas sociabilidades, marcando nossas interações sociais e criando novas vivências.

A educação midiática, mais do que simplesmente desenvolver estratégias de identificação de conteúdo falso, impreciso ou maliciosos, precisa estimular uma compreensão mais ampla de como funciona a mídia e daí promover formas mais reflexivas de usá-la. Vivemos tempos disruptivos, que exigem aprendizagens contínuas para lidar com a desinformação e a repulsa às instituições clássicas de mediação. A educação midiática passa a ser um elemento importante para o exercício da cidadania, na medida em que habilita o leitor a saber lidar com esse ecossistema informacional. De uma forma ampla, essa modalidade de formação abrange conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para avaliar a confiabilidade e a credibilidade da informação, seja no jornal impresso, na televisão ou na internet (UNESCO, 2016).

As experiências de educação midiática, então, devem qualificar o sujeito para relacionar dados, construir conhecimento e produzir conteúdo com ética e responsabilidade. Num contexto em que youtubers obtêm milhões de visualizações com vídeos que “explicam” desde astrologia até saúde, passando por política e história, precisamos formar curadores, que saibam selecionar fontes, autores, notícias, explicações que fazem sentido e que ajudem a compreender o que acontece no mundo, distinguindo o que vale ou não a pena ser lido (MIHAILIDIS; COHEN, 2013). Além disso, esse leitor precisa desenvolver a competência que lhe permite fazer a distinção entre opinião e notícia, afirmação e verificação, humor e realidade.

Mihailidis e Viotty (2017) argumentam que a educação midiática, como um mecanismo de resposta popular para auxiliar a formação de consumidores mais críticos de mídia, deve ser reposicionada para enfrentar uma era de partidarismo e desconfiança. Os autores defendem que esse processo priorize a crítica e a produção de mídia em apoio a um bem comum, o que pode responder significativamente em uma época de grande capacidade de propagação, conectividade e espetáculo.

Numa era em que a desinformação tem potencial de tumultuar a gestão pública, influenciar processos eleitorais e desestabilizar a credibilidade da imprensa profissional,

o Estado e a sociedade civil devem desenvolver programas de educação cidadã, que incluam o letramento midiático. Nesse sentido, experiências como a da Educamídia<sup>6</sup> têm muito a contribuir nesse processo, uma vez que estimula a cidadania ativa, que começa quando o sujeito é capaz de compreender o que acessa nas diferentes plataformas e faz uso desses dispositivos de forma reflexiva e ética nas diversas práticas sociais.

Ao se debruçarem sobre os principais desafios que os estudantes enfrentam ao avaliarem a credibilidade de uma informação, Hodgins e Kahne (2019) apontam a multiplicidade de plataformas digitais, a desconfiança das instituições democráticas (como o jornalismo), e o grande número de atores políticos envolvidos no debate público. Segundo os pesquisadores, para desenvolver programas de educação midiática é preciso considerar as seguintes abordagens pedagógicas: (I) desenvolver metacognição sobre a confiabilidade das informações on-line, (II) estimular habilidades para avaliar a veracidade das declarações públicas, e (III) ofertar mais oportunidades de se praticar estratégias de avaliação.

De fato, o letramento midiático pode ser uma alternativa de longo prazo no enfrentamento à desinformação, ao elevar a capacidade dos sujeitos em analisar textos midiáticos, produzir mensagens, e envolver-se e participar ativamente no diálogo político, além de possibilitar que os indivíduos utilizem as plataformas digitais com ética, criatividade e espírito cívico (MIHAILIDIS; VIOTTY, 2017). Por outro lado, esse tipo de iniciativa não pode ser visto como o principal elemento imunizador às fake news, mesmo que estudos garantam que participantes de iniciativas de alfabetização midiática estejam mais aptos a distinguir entre informações baseadas em evidências e desinformação (KAHNE; BOWYER, 2019).

Kavanagh e Rich (2018) defendem que a ausência de processos de educação cidadã, alfabetização midiática e de promoção do pensamento crítico contribuem para o cenário de decadência da verdade. De acordo com essa perspectiva, é possível afirmar que a educação contemporânea agrava a crise epistêmica e, conseqüentemente, a relativização da facticidade, ao não oferecer oportunidades suficientes aos estudantes para o desenvolvimento de competências relevantes, como a política e a midiática. É

---

<sup>6</sup> Em 2019, o Instituto Palavra Aberta lançou o EducaMídia (Programa de Educação Midiática), com o objetivo de oferecer suporte e ferramentas para que crianças e jovens desenvolvam competências necessárias para consumir informação de forma segura e responsável. A iniciativa, que conta com apoio do Google.org, quer criar um leitor que saiba acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional em todos os seus formatos — dos impressos aos digitais.

---

importante municiar os cidadãos com repertórios cognitivos necessários para o entendimento de temas controversos, mas a conscientização passa pela capacidade de análise do sujeito diante de problemas de interesse público, que exigem senso crítico e exercício de alteridade.

### **Apontamentos Finais**

A recuperação da legitimidade dos canais mediadores e repactuação dos contratos de comunicação dependem da mobilização de diferentes atores sociais em torno de um projeto realmente democrático. O atual contexto disruptivo exige a adoção de estratégias no campo da comunicação e educação mais abrangentes, que superem a ideia normativa de que o simples provimento de informação produz pensamento crítico e desconstrói crenças equivocadas. A mera tematização de assuntos relacionados ao recrudescimento da desinformação não garante uma ação educativa capaz de reorientar atitudes e comportamentos (SILVA, 2021).

A evolução tecnológica mudou fortemente a dieta midiática e as práticas de busca de informações. Mas, ao contrário do que defendem os entusiastas da comunicação desintermediada, essa nova dinâmica social não prescinde do suporte mediador das instituições tradicionais de representação e validação do conhecimento. Em virtude da dinâmica algorítmica e da ação de filtros automatizados, os sujeitos estão organizados cada vez mais em bolhas informacionais, que corroboram suas crenças e impedem o acesso ao contraditório.

É imperativo discutir as iniciativas que objetivam informar e educar o cidadão para lidar com o fenômeno da desinformação. Nesse sentido, entendemos que a noção de contrato de comunicação nos auxilia na reflexão sobre estratégias de enfrentamento à desinformação por parte das instituições mediadoras, principalmente ao oferecer uma perspectiva crítica frente ao complexo e imbricado fenômeno contemporâneo.

Compreender o contexto político que envolve a eclosão de informações falsas, equivocadas e maliciosas, considerando expectativas e rupturas nos acordos firmados tacitamente, é de fundamental importância para indicar alternativas para a redução de dissonâncias entre o que é pretendido pelas instituições mediadoras e o que é realmente apreendido pelos cidadãos nesses tempos de crises.

## REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, [s.l.], v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 18/02/2020.
- BENKLER, Y. ; FARIS, R. ; ROBERTS, H. . **Network Propaganda**: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- CHARAUDEAU, P. . Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. Tradução de Renato de Melo. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (Org.). **Gêneros**: reflexões em análise do discurso. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004. p. 13-41
- CHARAUDEAU, P. . **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, P. . **Linguagem e discurso** – modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.
- CHARAUDEAU, P. . **Discurso político**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2018.
- CHARAUDEAU, P. **La manipulation de la vérité**: du triomphe de la négation aux brouillages de la post-vérité. Paris: Lambert-Lucas, 2020.
- FOUCAULT, M. . **A arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- FOUCAULT, M. . **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France. 19. ed. São Paulo: Loyola, 2009.
- FOUCAULT, M. . Verdade e poder. In: MACHADO, R. (org.). **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2012. p. 4-12.
- GIDDENS, A. . **As consequências da modernidade**. São Paulo, Editora Unesp, 1991.
- HODGIN, E.; KAHNE, J. . Judging Credibility in Un-Credibile Times: Three Educational Approaches for the Digital Age. In: JOURNELL, W. (ed.). **Unpacking fake news**: An educator's guide to navigating the media with students. New York, NY: Teachers College Press, 2019.
- KAVANAGH, J. ; RICH, M. D. . **Truth decay**: An initial exploration of the diminishing role of facts and analysis in American public life. Rand Corporation, 2018.
- KAHNE, J. ; BOWYER, B. . Educating for democracy in a partisan age: Confronting the challenges of motivated reasoning and misinformation. **American Educational Research Journal**, 54(1), p. 3–34, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.3102/0002831216679817>. Acesso em: 15 jan. 2021.
- LAZER, David M. J. et al. The science of fake news. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1094-1096, 9 mar. 2018.
- MCCOMISKEY, B. . **Post-Truth Rhetoric and Composition**. Utah: Utah State University Press, 2017.
- MCINTYRE, L. C. **Post Truth**. Cambridge, MA: MITPress, 2018.
- MIHAILIDIS, P.; VIOTTY, S. . Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the role of Media Literacies in “Post= Fact” Soety. **American Behavioral Scientist**, v. 61, n. 4, p. 1-14, 2017.
- MIHAILIDIS, P.; COHEN, J. Exploring Curation as a core competency in digital and media literacy education. **Journal of Interactive Media in Education**, 2013. Disponível em: <https://jime.open.ac.uk/articles/10.5334/2013-02/>. Acesso em 12 ago. 2021.
- SILVA, M. C. da. A comunicação pública no enfrentamento à desinformação: estratégias e rupturas no contrato comunicacional do Senado no Facebook. São Bernardo do Campo, 2021. Tese (Doutorado em Ciências Humanas e Sociais) - **Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais**, Universidade Federal do ABC, 2021.
- SUNSTEIN, C. . **#Republic**: divided democracy in the age of social media. Princeton: Princeton University Press, 2017.
- WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policy-making. Strasbourg: Council of Europe, 27 set. 2017. Disponível: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 18/02/2018, p. 5-6.
- UNESCO. **Alfabetização midiática e informacional**: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília: Cetic.br, 2016.