

Fake news: prevenir-se e agir

Cláudio Maierovitch

*Núcleo de Epidemiologia e Vigilância em Saúde
 (NEVS/Fiocruz Brasília)*



A disseminação de informações falsas não é exatamente uma novidade. Mudam a forma, os meios, o alcance e a velocidade. É famoso o episódio em que o cineasta Orson Welles, em 1938, quando dirigia uma novela de rádio baseada na ficção “A Guerra dos Mundos”, pôs no ar um episódio que, entremeado na programação de uma emissora, levou muita gente a crer que ocorria uma real invasão da Terra por exércitos alienígenas. Há controvérsias quanto a relatos de que ocorreu pânico em várias cidades dos Estados Unidos, se reais ou também *fake news*. À época, não havia o acesso à verificação rápida, o que era imaginado, até há alguns anos, como o antídoto que viria para acabar com informações falsas ou tendenciosas.

A política, ou melhor, a disputa por poder, em seu sentido mais amplo, é o ninho natural das mentiras. Não por acaso, é amplamente citada a frase de Joseph Goebbels, poderoso ministro da Propaganda da Alemanha nazista: “Uma mentira repetida mil vezes torna-se verdade”. A máxima espalha-se por todos os segmentos de atividade humana, presente neles também, evidentemente, a atividade política.

É amplo o cardápio:

- Notícia falsa;
- Informação parcial;
- Interpretação tendenciosa;
- Vazamento seletivo;
- Boato;
- Propaganda enganosa;
- Fofoca;
- *Merchandising*;
- Manipulação de imagens/vídeos/voz;
- Descontextualização.

As sutis diferenças podem revelar, a depender das intenções, a aplicação cuidadosa de iniciativas bem estudadas para as disputas de poder ou obtenção de lucros.

O campo da saúde ou, mais frequentemente, da doença e do comércio ao seu redor sempre foi fértil para enganações. No mesmo país de Welles, a Food and Drug Administration (FDA), agência que controla, entre outras coisas, alimentos,

medicamentos e dispositivos de uso em saúde, foi criada em 1906, depois que vários episódios escandalosos de adulteração de alimentos vieram a público. Eram comuns fraudes e propagandas enganosas de produtos, o que constituía ameaça à saúde das pessoas e da economia. Ao mesmo tempo, a criação de uma agência pública de regulação na saúde reconhecia a dificuldade de que os consumidores fossem capazes de dispor de informação adequada e identificar as fraudes para se proteger sem a atuação da fiscalização.

Uma das características da comunicação na área de saúde é justamente a assimetria de informações. Isso não significa apenas que as informações são de difícil acesso; revela também a necessidade de base anterior que permita a compreensão e a aplicação de conhecimentos em diferentes contextos. Refiro-me, neste caso, a familiaridade com o método científico e com estudos sobre doenças, sintomas, riscos relacionados ao consumo, ao ambiente e às atividades, bem como perigos e efeitos esperados de tecnologias. Em muitos casos, é imprescindível a intervenção de profissionais da área para a interpretação de enunciados que, frequentemente, são intensamente veiculados por propagandas.

Entre os grandes exemplos da história está a publicidade de cigarros. Reconhecido, desde a segunda metade do século XX como um dos maiores vilões da saúde pública, o tabagismo foi e continua a ser amplamente estimulado pelas indústrias produtoras. Hoje com regras e limites rígidos, em muitos países, a divulgação do hábito e dos produtos correspondentes tinha um arsenal enorme e sofisticado de peças que visavam públicos variados. Associadas ao *glamour*, a esportes, aventura, romance e prazer, nem mesmo as crianças ficavam fora do foco das campanhas, provocadas precocemente como consumidores do futuro.

De forma semelhante, a propaganda de medicamentos induz diretamente ao consumo pessoas que têm limitada possibilidade de saber os problemas e benefícios reais que tais produtos podem lhes causar. Com atenção em temas diversos, iniciativas para divulgação de remédios exploram vários nichos potenciais. Há aqueles que prometem o alívio de sintomas comuns na população, como dor de pouca intensidade, cansaço, insônia ou má digestão. Outros visam desejos universais, como beleza, disposição e virilidade. Muitos destes, dispensados de prescrição médica, podem ser propagandeados sem limites. Outra estratégia é a geração de notícias, às vezes contendo dados de pequenos e inexpressivos estudos, sobre terapêutica para doenças graves e incuráveis. Assim, o vendedor viajante que espalhava seus elixires pelas cidades, há cem anos, deu lugar a uma poderosa máquina, a serviço de indústrias poderosíssimas, que está presente em todos os meios de comunicação e contrata propagandistas e profissionais de saúde para seduzir quem, muitas vezes, não precisa e pode ser prejudicado pelo uso de suas mercadorias.

Ao longo deste período, a forma, a intensidade, o alcance e a rapidez das comunicações vêm mudando intensamente. Se desde os anos 1950, com a vulgarização progressiva dos equipamentos de rádio, telefonia e TV, assumimos a entrada na 'era da informação', nos últimos dez anos passamos à conectividade contínua e começamos a conviver com a inteligência artificial.

A mudança cultural recente foi tanta que passamos à condição de organismos cibernéticos – *ciborgs* – com uma poderosa máquina de processamento de informações e comunicação agregada ao corpo permanentemente, tal qual uma prótese cerebral. As mudanças associadas aos dispositivos móveis têm sido intensas como poucas conhecidas na história, comparáveis à massificação do uso de veículos a motor e televisores. A velocidade das transformações, entretanto, é muito maior, assim como a invasão de todos os aspectos da vida humana, incluindo a comunicação interpessoal e social, a aquisição e transmissão de informações em tempo real, engajamento em comunidades de interesse, operações bancárias, contratação de bens e serviços, divertimento, monitoramento remoto e comando de outros dispositivos. Até mesmo as relações afetivas, o padrão de sono e a postura física têm novos padrões. Notícias, imagens e vídeos podem ser transmitidos por qualquer pessoa, ao vivo, de qualquer ponto do planeta, e ganhar capilaridade ilimitada. Com preços altos para os consumidores, os telefones celulares já são os objetos mais frequentemente furtados e roubados.

Com acesso ininterrupto à internet, pelo menos nos centros urbanos, a facilidade de pesquisa de informações e a aderência a redes sociais criaram um novo mito: o da verdade portátil. A qualquer necessidade, curiosidade ou dúvida, é possível fazer a consulta imediata via internet por mecanismos de busca. Outra característica dos novos meios é a interatividade. Plataformas de redes sociais transformam a participação do cidadão comum – que, antes, era um leitor de notícias – em produtor, reproduzidor e propagador.

A novidade não muda apenas o rol de ações, mas a percepção que o usuário tem do veículo tecnológico que carrega consigo. Criam-se, assim, nas redes, as comunidades de interesse ou afinidade, instituindo novas formas de interação entre as pessoas. Algumas características desse novo modelo de relacionamento facilitam a propagação de informações e notícias falsas:

1 – **Microfone aberto.** Como dito acima, todos podem ser emissores – transformados em repórteres, comentaristas, críticos, médicos, advogados, cientistas ou sacerdotes de ocasião –, independentemente da vivência ou do conhecimento sobre qualquer assunto colocado em pauta. Mensagens pessoais, narrativas sociais, extratos de artigos científicos e notícias reais misturam-se a montagens, simulacros, versões e criações ficcionais com roupagem de veracidade.

2 – **Credibilidade.** Grupos constituídos por afinidade ou por contiguidade transformam-se em comunidades de confiança. O sentimento de pertencimento gera, em recíproca, maior permeabilidade aos conteúdos. Pessoas que não se conheciam e que pouco sabem umas sobre as outras são elevadas à condição de ‘amigos’. Assim, com fontes portadoras desta carga afetiva, tudo parece sincero e confiável.

3 – **Efeito bola de neve.** O que é recebido na boa fé, mesmo que de fonte duvidosa, espalha-se, em progressão exponencial, por redes em

que a confiança entre participantes é crescente ao longo do tempo de convivência virtual e suposta familiaridade.

4 – **Viés de confirmação.** A tendência a acreditar e reproduzir aquilo que confirma as próprias convicções, frequentemente, inibe as dúvidas e a iniciativa de verificar outras fontes.

5 – **Redundância.** A tendência de superposição e conexão entre redes, bem como sua multidirecionalidade, permite que informações circulem e retornem inúmeras vezes, com origens diferentes e, em geral, em intervalos curtos, enquanto o assunto está ‘quente’. Os desmentidos costumam demorar mais e circular menos, justamente porque geram menos ‘calor’. Assim, ao receber informações iguais ou semelhantes de várias pessoas e grupos, a tendência a lhes dar crédito é maior.

6 – **Carona em mitos.** A mensagem mimetiza receitas ou relatos transmitidos por várias gerações ou extraídos de folclores ou religiões, apropriando-se da naturalidade cultural destes para reforçar, intencionalmente, outros conteúdos.

7 – **Linha de produção.** Empresas e pessoas têm criado sistemas automatizados capazes de distribuir notícias em escala industrial, por diferentes meios e redes – informação compartilhada em comunidades de confiança. São os apelidados robôs disseminadores, muito comentados por estudiosos nas últimas eleições brasileiras e dos Estados Unidos.

8 – **Customização.** Os dados e mensagens informados nas redes sociais, sistemas de busca, *sites* de compras e de serviços alimentam algoritmos capazes de conhecer o perfil e as preferências dos usuários. Com isso, as mensagens enviadas a cada um podem ser moldadas às preferências individuais e, com isso, ser recebidas com maior simpatia. O uso desse tipo de mecanismo e a invasão de privacidade inerente têm sido objeto de grande polêmica, inclusive na esfera judicial.

9 – **Anonimato.** Ultrapassada a primeira camada de contatos, torna-se difícil – impossível, em alguns casos – identificar a origem das mensagens. Assim, o autor não pode ser responsabilizado; quem reproduz esconde-se, muitas vezes sem querer, na ideia de que apenas repassou. Está dada a etiqueta da irresponsabilidade contagiosa, interrompida, muito esporadicamente, por verificações de pouco alcance.

O ambiente da política tem sido o cenário de grandes movimentos inovadores. Como citado anteriormente, o exemplo das últimas eleições presidenciais nos Estados Unidos e no Brasil mostra a intensidade e a transcendência que informações falsas podem ter, até mesmo alterando decisões de uma nação. No caso brasileiro, foram inúmeras as imagens adulteradas que procuravam lançar controvérsias e canalizar preconceitos contra determinados candidatos a cargos eletivos, em muitos casos com sucesso. Nos dois países, levantamentos feitos por agências de pesquisas

expuseram novos hábitos dos governantes: comunicar-se diretamente por Twitter, marcando cifras recordes de controvérsias e informações mentirosas.

A saúde também parece ser um dos assuntos mais atraentes e prolíficos para os embustes virtuais. Os *sites* de verificação de notícias têm dedicado grande espaço à área e até mesmo o Ministério da Saúde incluiu em seu espaço de internet uma seção inteiramente dedicada aos desmentidos. Política e saúde encontram-se mais uma vez quando os poderes públicos e as ações de interesse público tornam-se alvos. Mais grave do que a disseminação de boatos é que, muitas vezes, pessoas expõem-se a riscos ou deixam de se proteger de forma adequada com base no que recebem em seus celulares ‘inteligentes’.

Sequer crianças e adolescentes são poupados, visados por correntes sádicas, dentre as quais tornaram-se mais conhecidas a “baleia azul” e a “boneca Momo”, exemplos ruidosos de manipulação de comportamento que induziam a atitudes de automutilação e agressão.

Entre os grandes prejuízos contabilizados, a vacinação merece destaque. Tornou-se emblemático um episódio vistoso e conhecido de fraude em publicação científica, na década de 1990, quando um ex-médico britânico, movido por interesses financeiros, divulgou suas conclusões de que a vacina tríplice viral (contra sarampo, rubéola e caxumba) estava associada ao autismo. Desmentidos em revistas científicas e na mídia não foram suficientes para reparar o estrago. Esta e outras crendices alimentam grupos

antivacinas, que inundam continuamente as redes sociais e dão sua contribuição para que mais gente adoça e morra de doenças que poderiam ser evitadas.

No contraponto, em busca do resgate ético e do aumento da resiliência, muito também se tem produzido. A jornalista Kanyakrit Vongkiatkajorn (2018) analisa os tipos e mecanismos de desinformação e faz algumas recomendações:

1 – **Não replicar.** Antes de mais nada, não cair na armadilha de reenviar. A própria construção da notícia desperta mecanismos emocionais que estimulam a agir e passar adiante por impulso. A jornalista sugere conter tal impulso, pelo menos até que seja possível seguir os outros passos.

2 – **Verificar textos e fontes.** Atualmente estão disponíveis muitos *sites* especializados em verificação e também veículos confiáveis que podem ajudar a situar o contexto e a veracidade.

3 – **Corrigir publicamente.** Verificada a falsidade das informações, é importante dar



alcance ao desmentido, para alertar outras pessoas e desestimular a continuidade da corrente. Se houver violação ao regulamento de uma plataforma, seus administradores podem ser comunicados.

4 – **Agir rápido.** A velocidade de propagação pelas redes sociais é espantosa; quanto mais rápido for possível quebrar a cadeia de disseminação, maior a chance de limitar os efeitos.

5 – **Comunicar sua fonte com civilidade.** Muitas vezes, quem lhe enviou a notícia foi também enganado por ela. Como acredita que o conteúdo é real, só mudará de ideia se estiver com os sentidos receptivos e receber desmentidos convincentes. Respostas agressivas e desacompanhadas de fontes podem produzir o efeito inverso e, ao invés de contar com a colaboração do remetente para transmitir a correção, é possível que ele insista no conteúdo original.

6 – **Manter uma lista de fontes** confiáveis e *sites* de checagem, inclusive alguns que verificam por demanda.

A jornalista Kanyakrit Vongkiatkajorn lembra que muitas ‘campanhas’ não apenas carregam informações falsas, mas também tentam propagar certas mensagens. São conhecidos os episódios, por exemplo, em que grupos de extrema direita tentam inundar plataformas de mídias sociais com memes, *hashtags* ou teorias conspiratórias que apoiam suas visões. Quando bem planejadas, se não houver reações rápidas, é possível que até mesmo os desmentidos sirvam para espalhar ainda mais as ideias e preconceitos.

Mais perto de nós, o economista e professor Ladislau Dowbor (2019) relata sua própria experiência na busca de informações confiáveis. O acesso sistemático a fontes conhecidas aumenta a capacidade de detecção e a desconfiança que podem disparar pesquisas para verificação de notícias. Além da seleção de fontes e do destaque para a mídia livre, ele realça a importância de receber informações e mensagens de forma ordenada, e manter também organizada, por tema e data, a memória virtual. Manter um *blog* próprio pode ajudar muito para quem é tomado como referência e deseja oferecer acesso útil.

Entre suas fontes preferenciais, são mencionadas *The Guardian*, *Carta Maior*, IHU, GGN, *Outras Palavras*, *Brasil 247*, *The Intercept*, Agência Pública, Fundação Perseu Abramo, *Diálogos do Sul*, *El País* e *Le Monde Diplomatique Brasil* – todos em português, com acesso gratuito. Há também um conjunto de *blogs*, em especial os mantidos por pessoas públicas e especialistas reconhecidos em seus segmentos de atuação. O universo assim gerado, na linha do Creative Commons, bens comuns criativos, está explodindo no planeta. Entre produtores e reprodutores, vivemos com pouco dinheiro e muita cultura e informação. Nas palavras de Ladislau Dowbor, “muito além do *fake news* e dos bate-boca nas mídias sociais, surgem imensas oportunidades para uma ciência e conhecimentos democratizados.

A mesma tecnologia que gera por vezes o caos informacional pode ter o seu sentido invertido, e servir para construir uma sociedade realmente informada”.

Apesar de todos os riscos e cuidados, as redes podem abrigar ricos espaços de debate e mesmo o contraponto à grande imprensa, frequentemente capturada por grupos econômicos e políticos poderosos. Nesse aspecto, é bom sempre lembrar que não existe neutralidade nem mesmo dos meios. Uma certa isenção só é possível com a pluralidade.

Ao contrário do que pode parecer, as redes são espaços privados, mantidos por grandes empresas que aí extraem seus lucros. Diversamente dos segmentos tradicionais da economia, em que se vendem produtos e serviços, os rendimentos dessas empresas vêm do poder que extraem, de múltiplas formas, dos seus usuários. O limite ético ou moral neste ramo, como no mercado em geral, é dado pela necessidade de sobrevivência e não por princípios próprios de compromisso com a verdade ou com os clientes.

As organizações da sociedade e as instituições, em especial as públicas, podem e devem trazer sua contribuição para a melhoria da qualidade das informações e a contenção das notícias falsas. Este não é um movimento que se faça espontânea e intuitivamente; é preciso ter projeto, meios e adotar métodos adequados. Para que isso funcione, o objetivo maior é, em suma, a conquista de confiança da sociedade como fonte no seu espaço de atuação.

Obter confiança não é, no entanto, uma tarefa banal. Na saúde, as instituições públicas já têm uma vantagem de partida pois costumam ser as fontes primárias de informações. Assim, se houver transparência, traduzida por acesso fácil, iniciativa, rapidez e consistência nas respostas, mesmo quando as notícias não são boas, há uma boa chance de que as páginas de internet, mensagens e outros meios ganhem prioridade nas buscas de quem procura conteúdos em que possa acreditar.

Outros quesitos referem-se à relação com o usuário e, assim, sua fidelização: a presença institucional, não apenas virtual, mas concreta e física, no SUS, no meio acadêmico e na sociedade; a interatividade, com canais abertos e fáceis, ouvidorias fortes e preparadas; e, não menos importante, a humildade para admitir seus limites, seus erros e a importância dos interlocutores externos ou demandantes. Já é lugar comum na saúde pública o reconhecimento de que as prioridades devem corresponder às necessidades sociais e de que as instituições têm muito a aprender. São, pois, devedoras de respostas e ações.

Os nobres objetivos de proteger a sociedade das falsas informações e melhorar a transmissão de conhecimento também dependem de iniciativas para a preparação das pessoas. A educação formal, que vem se apropriando gradativamente dos recursos tecnológicos para suas atividades, tem uma grande responsabilidade de oferecer aos estudantes os instrumentos para que não se afoguem no mundo digital, saibam explorá-lo e enriquecê-lo de forma útil e consciente. Por fim, como vimos, por muito tempo a sociedade permanecerá vulnerável frente à indústria da informação e suas subsidiárias. Refém de aplicativos e plataformas oligopolizadas,

o cidadão precisa do Estado regulador, que supervisione e aplique regras relativas aos princípios de organização e funcionamento das redes sociais. Não se trata de censura, mas da garantia dos direitos constitucionais como intimidade, honra, dignidade, sigilo, liberdade de expressão e acesso à informação.

Por fim, como vimos, por muito tempo a sociedade permanecerá vulnerável frente à indústria da informação e suas subsidiárias. Refém de aplicativos e plataformas oligopolizadas, o cidadão precisa do Estado regulador, que supervisione e aplique regras relativas aos princípios de organização e funcionamento das redes sociais. Não se trata de censura, mas da garantia dos direitos constitucionais como intimidade, honra, dignidade, sigilo, liberdade de expressão e acesso à informação.

Palestra disponível no canal da Fiocruz Brasília no YouTube:

<https://tinyurl.com/ybtews3b>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOWBOR, Ladislau. Como eu me informo. Dowbor.org, 19 fev. 2019. Disponível em: <<http://dowbor.org/2019/02/dowbor-como-eu-me-informo-fev-2019-5p.html/>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

VONGKIATKAJORN, Kanyakrit. Here's How You Can Fight Back Against Disinformation. Mother Jones, 9 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.motherjones.com/media/2018/08/heres-how-you-can-fight-back-against-disinformation/>>. Acesso em: 17 abr. 2020.