

## Acredite em mim, eu sou jornalista! Uma abordagem luhmanniana sobre desinformação

Juliana Alcantara

Universidade de Coimbra

E-mail: alc.juli@gmail.com

### Resumo

A partir do trabalho de Niklas Luhmann sobre a Teoria dos Sistemas Sociais, é feita neste trabalho uma abordagem teórica sobre notícias falsas e desinformação nos meios de comunicação, nomeadamente os veículos de imprensa. Este artigo se desenvolve baseado no questionamento do próprio sociólogo sobre se os meios de comunicação de massa constroem a realidade. Discute-se a noção central do sistema,

a comunicação, assim como a proliferação da desinformação. Analisa-se conceitos-chave como auto-poiesis, autorreferência, dupla contingência, complexidade e processo seletivo. São, ainda, apresentados pontos expostos por Luhmann como sendo configurações intrínsecas ao Sistema Social para a comunicação ser considerada improvável.

Palavras-chave: jornalismo; notícias falsas; informação; desinformação; Luhmann.

## Trust me, I am journalist! A Luhmannian approach on dis-information

### Abstract

From the work of Niklas Luhmann's on the Social System Theory, a theoretical approach on fake news and misinformation in mass media, is made in this work. This article develops on the Luhmann's own question if the mass media constructs the reality. It discusses the central notion of the system, the communication, as well as the proliferation of disinfor-

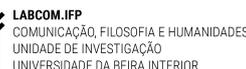
mation. The analysis consists on the explain of some key concepts, like auto-poiesis, self-reference, double contingency, complexity and selective process. It explains, also, some points that Luhmann explored being intrinsic configurations to the Social System for communication to be considered improbable.

Keywords: journalism; fake news; information; disinformation; Luhmann.

---

Data de submissão: 2018-07-02. Data de aprovação: 2018-12-14.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



## INTRODUÇÃO

**B**RASIL, 6 de junho de 2014. Selton Mello fará participação em 'Game of Thrones' <sup>1</sup>. México, 16 de janeiro de 2016. Testemunho: Cédric Rey, sobrevivente milagroso da matança do Bataclan <sup>2</sup>. Portugal, 19 de dezembro de 2017. Cristiano Ronaldo constrói hospital pediátrico em Santiago do Chile <sup>3</sup>. Todas publicações em jornais de grande circulação em suas praças. Todas, falsas.

Como se espalham rumores, verdadeiros e falsos, e como, dentre o leque de informações, a falsa ganha notoriedade? Em artigo publicado na revista Science, pesquisadores do MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts) descobriram que a chance de as notícias falsas serem compartilhadas era de 70% sobre as verdadeiras.

Por que as *fake news* são veiculadas inclusive nos veículos de imprensa, justamente quanto este deveriam desmenti-las?

Como as notícias falsas se instalam e se disseminam? Não coincidentemente entre os dados do último relatório da Reuters Digital News Report (2017) é examinada a (des)credibilidade do jornalismo. A pesquisa considerou observar melhor o campo das notícias falsas e apontou-se que a internet e as redes sociais agravaram sua perpetuação. Mesmo que os inquéritos tenham sido efetuados em 36 países de cinco continentes, com diferentes modos de consumir notícias, a conclusão afunila para uma visão mundial: 24% dos entrevistados creem que as redes sociais fazem um bom trabalho para separar o fato da ficção, enquanto que 40% considera o mesmo em relação aos meios de comunicação.

Neste trabalho investiga-se brevemente o processo da notícia bem como a redação jornalística trabalha. Conceitos de agenda-setting, gatekeeper, newsmaking, fontes, audiências (Wolf, 2009) não estão aqui relacionados. Foca-se no objetivo de analisar o processo informativo, tendo como base a perspectiva da Teoria dos Sistemas Sociais de Luhmann (1995). Alinhado com o pensamento do próprio sociólogo, a pergunta motriz é como os meios de comunicação em massa constroem a realidade. E como uma influencia no outro, já que o elemento base da reprodução no sistema é o processo comunicativo.

## O SISTEMA SOCIAL LUHMANNIANO

O trabalho de Luhmann abarca direito, política, economia, religião, artes, educação, amor. Sua passagem por Harvard em 1960 foi fundamental para o embasamento que dá margem para as questões amplamente desenvolvidas. Talcott Parsons influenciou diretamente a carreira intelectual de Luhmann à época. Pissarra (2006) conta que os seminários do professor norte-americano eram apreciados por muitos estudantes; tendo influenciado Luhmann. Essa influência é visível no ponto de partida do autor aqui estudado: o funcionalismo estrutural de Parsons. Entretanto, é necessário

1. Artigo publicado no jornal online O Dia. Consultado em 13 de março de 2018, [https://odia.ig.com.br/\\_conteudo/diversao/televisao/2014-06-05/selton-mello-fara-participacao-em-game-of-thrones-diz-site.html](https://odia.ig.com.br/_conteudo/diversao/televisao/2014-06-05/selton-mello-fara-participacao-em-game-of-thrones-diz-site.html)

2. Artigo publicado no jornal online Milênio. Consultado em 13 de março de 2018, [www.milenio.com/internacional/Testimonio-Cedric-Rey-sobreviviente-Bataclan\\_0\\_665933401.html](http://www.milenio.com/internacional/Testimonio-Cedric-Rey-sobreviviente-Bataclan_0_665933401.html)

3. Artigo publicado no jornal online Público. Consultado em 13 de março de 2018, [www.publico.pt/2017/12/19/culto/noticia/cristiano-ronaldo-constroi-hospital-pediatico-em-santiago-do-chile-1796489](http://www.publico.pt/2017/12/19/culto/noticia/cristiano-ronaldo-constroi-hospital-pediatico-em-santiago-do-chile-1796489)

pontuar que “o aspecto principal que marca a diferença entre as duas propostas é a relação sistema-meio” (Pissarra, 2006: 13).

Sem comunicação a sociedade como a conhecemos seria impossível (Luhmann, 2000). Ela acontece quando se consegue distinguir informações a partir da compreensão e se constitui de forma binária. Exemplificando: “aceitável / não aceitável, relevante / não relevante” (*idem*: 96). É a partir dessas distinções que o sistema constitui e reconhece identidades, desenvolve memória, evolui na sua complexidade e mantém a sua autopoiese.

O conceito de autopoiese deriva da biologia, que se refere à capacidade de auto processamento dos organismos vivos. “Poiesis” foi o nome criado pelos estudiosos chilenos Maturana e Varela para explicar um sistema que cria os elementos que compõem a si mesmo. Paralelamente, a teoria de Luhmann apresenta uma estrutura de produção e reprodução infinita. Ou seja, as comunicações produzidas dentro do sistema são remodeladas e produzem outras constantemente (Luhmann, 2006). Assim como as células, o sistema se autorreproduz.

O paradigma de Luhmann ajuda a compreender diferentes aspectos contemporâneos nas dinâmicas sociais e políticas, que outros paradigmas não entendem ou ignoram (Pissarra, 2006).

Em se tratando dos meios de comunicação de massa, definidos por Luhmann como todos os dispositivos sociais usados para propagar comunicação (Correia, 2004), os códigos e critérios de observação e seletividade usados são próprios. São eles que designam o que deve ser trabalhado como informação ou não. Ou seja, são eles que selecionam o que é publicável e o que não é. Isso confere, por si só, uma natural construção da realidade (Correia, 2005).

Apesar disso, e a considerar a atualização constante, não é viável saber o quanto os meios de comunicação influem na formação de opinião. A tentativa é de guiar a uma ligação da memória individual à social. É possível haver discrepância entre as duas e, ainda assim, conviverem entre elas (Marcondes Filho, 2008).

É através da comunicação que o sistema se produz e se reproduz. A evolução não é previsível, presumível nem imaginável. O novo faz com que o que já existe possa ter uma utilização mais específica e, de forma paralela, a sociedade tornar-se-á mais complexa. (Luhmann, 2006). “Uma comunicação pode estar baseada num erro. Também pode ser usada para enganar. Pode difundir-se falsas notícias utilizando a mais correta das linguagens” (*idem*: 143).

### **A comunicação como base do sistema social luhmanniano**

“Sem comunicação não existem relações humanas nem vida humana propriamente dita.” (Luhmann, 2006: 39) Assim o sociólogo alemão começa a obra “A Improbabilidade da Comunicação”, colocando como indissociável o ato de comunicar com a sociedade. De seguida, o autor atenta para o fato de que para uma análise que contempla uma teoria não se pode limitar à parcialidade da convivência social nem às técnicas de comunicação exclusivamente. De qualquer forma, conceber a comunicação como centro dos sistemas sociais é passo imanente para entender as concepções de Luhmann.

A perspectiva luhmanniana apaga a comunicação como sendo uma transferência de informações e traz luz à distinção meio/forma. A partir da mudança de ponto de vista, é pressuposto ver a comunicação “como um processamento de informação num meio através do qual as formas são

continuamente criadas e dissolvidas; através do qual o estado do meio é continuamente modificado” (Luhmann, 2006: 73). No caso dos meios de comunicação em massa, o meio é a opinião pública. Para o sociólogo, a forma desse meio é formulada pela imprensa e pelo audiovisual.

Com isso, essa criação da realidade é referida pelo autor como sendo orientações do sistema que não possam ser generalizadas. Ele parte, portanto, para a pergunta: “como os *mass media* constroem a realidade?”<sup>4</sup> (Luhmann, 2000: 7) E completa pondo a interrogação ainda mais articulada quando explica que a questão não se baseia em como os meios de comunicação de massa distorcem a realidade, mas sim como descrevem a realidade a partir da sua construção de realidade.

“Comunicação é processo de seleção”<sup>5</sup>. (Luhmann, 1995: 140). E mais, o seu sucesso é um processo de seleção evolutiva. Escolher um ‘sim’ é ao mesmo tempo escolher muitos ‘nãos’. A comunicação é enredada, confusa, complexa, obscura, difusa; observá-la em partes não seria uma boa escolha visto que não há amostra fiel para o todo. É por isso que a consequência é não se poder observá-la, mas sim inferi-la (Luhmann, 1995).

Portanto, o efeito seletivo das mensagens disseminadas pelos meios de comunicação é impossível de ser mensurado. Eles atuam como amplificadores da memória mesmo que criem suas próprias possibilidades de continuidade e limitem as informações para comunicações posteriores.

### Como se dá a comunicação

Estruturada de modo autônomo e fechado, mediante um processo de seleções e a considerar a liberdade de autorreferenciar em condições limitantes sempre revistas, a comunicação ocorre. “As experiências de confiabilidade se acumulam gradualmente e são incluídas no processo novamente”<sup>6</sup> (Luhmann, 1995: 149).

Pressupõe-se, portanto, um encadeamento evolutivo. Porém, um sistema só é capaz de evoluir quando “problemas internos se agravam a tal ponto que já só podem resolver-se com a ajuda de modificações estruturais. Isto não quer dizer que os problemas produzam as suas próprias soluções (...)” (Luhmann, 2006: 129). Pelo contrário, significa que apenas quando se depara com determinadas questões, soluções serão esboçadas para darem conta de variantes no sistema. Não há, entretanto, nenhuma certeza que isso ocorra, mas o autor esclarece que possa ocorrer.

A credibilidade da mensagem se torna ponto focal nesse momento ao pensarmos que tais problemas possam estar veiculados às notícias falsas. Fenômeno este que não é solucionado nem deliberado através dos modernos meios de comunicação, mesmo que se considere a multiplicação de mensagens permitida pelo avanço tecnológico como fator indubitável. Longe disso. Em artigo sobre o trabalho de Luhmann, Sodré (2006) exemplifica com o caso de 2004, quando com os primeiros registros do Tsunami na Indonésia feitos por celulares houve a tentativa de alguns moradores avisarem aos turistas para que saíssem da praia. Não resultou; a comunicação não foi estabelecida.

*Não bastaria, portanto, multiplicar tecnologicamente (por escrita, som, imagem ou dígitos) os ‘meios de massa’ para que a comunicação aconteça. Impõem-se outros mecanismos de*

4. Tradução própria.

5. Tradução própria.

6. Tradução própria.

*credibilidade, ainda não pensados ou simplesmente ainda não postos à prova do grande público. Este é um problema que ganha vulto com o advento do jornalismo pela internet, mas que já se fazia sentir na proliferação das fontes informativas resultante do agigantamento tecnológico da comunicação.* (Sodré, 2006)

O formato em que as notícias falsas são apresentadas copia e facilita a sua perpetuação. Isto é compreensível dado que as informações, quando oferecidas no modo de reportagens, fazem com que as pessoas assumam sua relevância e acreditem que o que se lê/escuta/vê seja verdade. (Luhmann, 2000) Em casos legítimos dos veículos de imprensa, quando ocorrem erros – e, inevitavelmente, ocorrem de tempos em tempos – são posteriormente esclarecidos.

Luhmann (2000) esclarece, ao escrever sobre a realidade da mídia de massa, que são as suas próprias operações que a constituem. Impressão, transmissão e leitura fazem parte do processo. No entanto, para o processo de disseminação ocorrer é preciso tecnologia. A maneira como as tecnologias se estruturam e se limitam é que possibilitam a comunicação em massa. Sobre o conteúdo da informação, o autor diz que

*Nos termos do discurso clássico da verdade, assim como os entendimentos cotidianos sobre a verdade, seria interessante nesse ponto saber se o que a mídia reporta é ou não é verdade; ou se é meia verdade e meia mentira porque está sendo ‘manipulado’. Mas como vamos falar? Isto pode ser possível se em casos isolados de um ou outro observador e em particular em sistemas que estão sendo reportados, mas para o fluxo em massa de comunicação diária é, claro, impossível. Esta questão se manterá fortemente fora da discussão que se segue. Nós vamos nos ater no ponto de partida, nomeadamente, o da mídia de comunicação em massa, como sistemas de observação, são forçados a distinguir entre autorreferência e outra referência. Eles não podem fazer de outra maneira. Eles não podem simplesmente considerar a si mesmos a verdade – e aí reside uma garantia suficiente para o momento. Como resultado, eles devem construir a realidade – uma outra realidade diferente da deles.* (Luhmann, 2000: 5)

Os meios de comunicação carregam em sua imagem a credibilidade e a distribuição objetiva e neutra da notícia. Por um lado, o que defende Herman & Chomsky (2008) é que essa é uma forma de se autoprotger das críticas e dos processos de difamação, mas é também uma questão de custo. Uma vez que obter informações de fontes oficiais reduz despesas investigativas é escolhido, na maioria dos casos, esse caminho nas redações, ou seja, privilegiando uma apuração frágil.

### **Os obstáculos da comunicabilidade**

Mesmo que vivenciemos e pratiquemos a comunicação diariamente, ela é intrinsecamente improvável de acontecer. Tamanho é o mergulho numa sociedade criada e experienciada dessa forma que esse fato se torna imperceptível. Nas palavras do autor, “requer uma apreensão prévia e, além disso, um esforço que se poderia classificar como ‘contra-fenomenológico’” (Luhmann, 2006: 42). Ao pensar por esse caminho, ele abandona o termo “obstáculo” e descreve como “fatores de dissuasão” (*idem*: 43) os abalos que devem ser superados para que a comunicação se torne possível.

Devido ao isolamento e à individualização da consciência de cada um, é improvável que o receptor compreenda o que o emissor quer dizer. Um só entende o outro baseado num contexto que é essencialmente facultado pelo que a memória acuse.

O segundo ponto basilar é a dimensão espaço-tempo. Tendo os indivíduos diferentes atenções e interesses em situações variadas, é improvável garantir a captura total do que se comunica. Não se pode impor – pela força, o autor destaca – regras válidas para que haja sucesso na comunicação de forma integral e absoluta. A improbabilidade aqui reside no fato de não alcançar muitas pessoas além das presentes; há limites espaciais e temporais. E, acrescenta-se que o que foi falado se esgota e se desintegra, não passando do tempo presente, por não haver ressonância.

A terceira e última improbabilidade pontuada por Luhmann toca no resultado desejado. Ou seja, de que o receptor tenha adotado o conteúdo selecionado pelo emissor como “premissa do seu próprio comportamento” (*idem*: 43) e, por conseguinte, incorpore a informação nas suas próximas seleções e eleve, a partir de então, o grau de seletividade. Entretanto, essa aceitação não é assegurada.

Os três tópicos relacionados por Luhmann são explicados separadamente, porém reforçados reciprocamente. Solucionar um impõe dificultar na mesma medida os outros. Por sua vez, “quando uma comunicação foi corretamente entendida dispõem-se de maior número de motivos para a rejeitar” (*idem*: 44). Em se tratando de informação, verdadeira ou falsa, percebe-se que uma vez penetrada, aceita a mensagem, o meio nunca mais será o mesmo. No caso das *fake news*, mesmo que sejam desmentidas, a comunicação já foi absorvida pelo Sistema Social. A notícia com outra versão dos fatos refutando a primeira dificilmente terá igual assentimento.

Luhmann chega a propor soluções para minimizar os efeitos dos obstáculos.

*Há que criar novos meios de convencimento, sejam eles condições de comprovação para um saber mais exato, de forma diferente da mera opinião, sejam formas ordenadas de exercício do poder «político» na cidade, sejam aspirações de solidariedade na cidade (philia, amicitia), sejam as novas técnicas de persuasão da retórica e da dialética, que já contam com membros ativos que são capazes de ler e conhecer textos, pelo que já não é possível arrastá-los com meros recursos rítmico-rapsódicos. (Luhmann, 2006: 145 e 146)*

Ao se tratar da escrita, que permite que a comunicação circule além do limite espaço-temporal, a complexidade se torna ainda maior. Evidentemente, as (novas) tecnologias de informação a potencializam.

*[...] Antes da imprensa, a escritura não se encontrava verdadeiramente fixada. Todas as formas de conhecimento alcançaram estabilidade e permanência, não por o papel ser mais duradouro do que o papiro, mas pura e simplesmente porque havia muitas cópias. (Gleick, 2012: 476)*

O que Luhmann indaga é se o modelo da sociedade moderna seja construído de forma tal que ela própria dificulte as soluções dos problemas, incorporando e originando constantemente novos problemas que derivem dos anteriores.

## A DESORDEM DA INFORMAÇÃO

“Pós-verdade” foi a Palavra do Ano eleita em 2016 pelos dicionários Oxford. Não foi “falso” nem foi “mentira”. O termo ganhou destaque no contexto do Brexit e das eleições presidenciais americanas. Kathleen Higgins (2016) contextualiza os fatos que elevaram a expressão à premiável, mas não deixa de citar o relativismo que a envolve. Kant e Nietzsche são evocados pela filósofa numa discussão que pende para despertar a comunidade científica para o fato de que descobertas e comprovações acadêmicas possam virar, facilmente, falsidade perante discursos políticos. De um lado o relativismo kantiano – nunca saberemos como as coisas são *per se*, independente de como as nossas mentes moldam o que percebemos –, e do outro o nietzschiano constantemente lembrado quando o assunto é pós-verdade – nunca saberemos dos fatos, porque existem apenas versões.

Em relatório divulgado pelo Conselho Europeu sobre informação no meio político, o termo *fake news* é afastado dando abertura para três palavras de conceitos diferentes. São elas: *dis-information, mis-information e mal-information*. O motivo é explicado: (1) o fenômeno das notícias falsas é muito complexo e o termo não se adequa ao acontecimento como um todo e (2) começou a ser apropriado por políticos para descrever notícias que consideram desagradáveis (Wardle, Derakhshan, 2017a).

Mais do que notícias, tratamos aqui do ecossistema de informações. O termo *fake news* se apropriou, mas não descreve a complexidade dos diferentes tipos de desinformação, tanto no compartilhamento intencional das notícias falsas quanto na sua criação (Wardle, 2017a; Zuckerman, 2017; Boyd, 2017; Jack, 2017).

Especificamente, quando se fala em desinformação trata-se de informações falsas criadas deliberadamente com o intuito de prejudicar uma pessoa, um determinado grupo, uma organização ou um país. A má informação são também informações falsas, mas que não são concebidas para causar danos. A má informação é o misto das duas anteriores: são informações baseadas na realidade e usadas para gerar danos.

Essas “novas verdades” são cada vez mais disseminadas no sentido que são incorporadas pela sociedade. Desinformação é também informação, porém disseminada por alguém desinformado (Fallis, 2009). A cada novo compartilhamento, a cada nova curtida, a cada novo comentário, as mensagens alcançam ainda mais pessoas.

Parar de comunicar sobre tal fato/assunto seria, portanto, uma maneira, de anular a informação? Não, porque a comunicação é também feita de ruído, que, se instalado, não deixa a mensagem ser apagada. O fluxo de informação vira uma bola de neve.

*Redes sociais são dirigidas por compartilhamento de conteúdo emocional. A arquitetura desses sites é desenhada para que a todo momento que o usuário poste – e essa postagem é curtida, comentada e compartilhada mais tarde – seu cérebro libere uma pequena quantidade de dopamina. Como seres sociais, nós intuimos os tipos de postagem que melhor se ajustam às atitudes que prevalecem no nosso círculo social. E, então, nessa questão de desordem de informação, esse aspecto performático de como as pessoas usam as redes sociais é crítico*

*para entender como a desinformação se espalha. (...) Sem amplificação, a desinformação não chega a lugar nenhum.* (Wardle, Derakhshan, 2017a: 13)<sup>7</sup>.

## O ENGENDRAMENTO DA INFORMAÇÃO

Por que se dá alguma confusão ao se distinguir entre verdade, mentira, meia verdade, mentira baseada numa verdade, quando se lê uma notícia? Por que é tomado como verdadeiro aquilo que é falso? O que se lê nos meios de comunicação é sempre verdade?

Em junho de 2014, um empresário carioca criou um site através de uma ferramenta online que imita páginas da internet e editou uma matéria sobre a participação do brasileiro Selton Mello na série *Game of Thrones*. O criador do boato postou a mensagem no próprio perfil do Facebook e viu a informação viralizar<sup>8 9</sup>. Tanto que a grande imprensa noticiou e ainda é possível encontrar referências, como verdade, em uma busca no Google<sup>10</sup>.

Caso semelhante aconteceu em janeiro de 2016, três meses após o atentado no Bataclan, em Paris. O paramédico Cédrix Rey admitiu ter inventado a história de que era um sobrevivente do massacre e que uma grávida lhe tinha salvado a vida<sup>11</sup>. A falsa vítima deu repetidamente depoimentos à imprensa e, em dezembro de 2017, foi condenada por fraude<sup>12</sup>.

O último caso citado no início deste artigo diz respeito aos rumores sobre o hospital pediátrico que Cristiano Ronaldo construiria no Chile. A imprensa portuguesa noticiou em dezembro de 2017, citando fontes secundárias, documentos e nomes que o jogador se associaria para tal feito. Poucos dias depois, o protagonista dos boatos declarou que se tratavam de *fake news*. O responsável foi um conhecido empresário italiano, famoso por espalhar informações falsas com personalidades<sup>13</sup>.

Num cenário onde as pessoas têm de tomar decisões, elas se baseiam em informações acessíveis, que podem ser ambíguas, incorretas e imprecisas, mas que não param de se espalhar.

A História está recheada de situações exemplificativas, em que o poder é alicerçado em decisões baseadas em mentiras. Antes mesmo do advento da imprensa, quando a comunicação em longas distâncias poderia levar semanas e até meses. Casos como Pentagon Papers e a Operação Guarda-Costas durante a Segunda Guerra são exemplos de estratégias alicerçadas em falsas informações para enganar o inimigo (Fallis, 2009).

7. Tradução própria.

8. Artigo publicado no jornal online O Globo. Consultado em 29 de outubro de 2018, <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/selton-mello-em-game-of-thrones-noticia-falsa-mobiliza-redes-sociais-12743167>

9. Artigo publicado na revista online Exame. Consultado em 29 de outubro de 2018, <https://exame.abril.com.br/tecnologia/criador-explica-boato-de-selton-mello-em-game-of-thrones/>

10. Pesquisa realizada em outubro de 2018.

11. Artigo publicado na revista online Euronews. Consultado em 29 de outubro de 2018, [www.euronews.com/2017/12/02/the-ambulance-driver-who-faked-being-bataclan-victim-to-claim-compensation](http://www.euronews.com/2017/12/02/the-ambulance-driver-who-faked-being-bataclan-victim-to-claim-compensation)

12. Artigo publicado no jornal online Observador. Consultado em 29 de outubro de 2018, <https://observador.pt/2017/12/02/falsa-vitima-do-atentado-no-bataclan-condenada-por-fraude/>

13. Artigo publicado no site ESPM. Consultado em 29 de outubro de 2018, [www.dn.pt/pessoas/interior/cristiano-ronaldo-constroi-hospital-pediatrico-em-santiago-do-chile-8995477.html](http://www.dn.pt/pessoas/interior/cristiano-ronaldo-constroi-hospital-pediatrico-em-santiago-do-chile-8995477.html)

O que mudou na dinâmica contemporânea é a internet (Deuze, 2012). A transmissão das informações é rápida e é permitido que qualquer pessoa possa produzir, aceder e divulgar qualquer mensagem<sup>14</sup>.

Mas vale levantar a questão, agora, do porquê tais informações persistem nos Sistemas Sociais. Sobre o entendimento das notícias falsas, à luz de Luhmann, podemos pressupor que se ego (emissor, aquele que comunica) entendeu como informação válida e repassa a alter (receptor, aquele que recebe o que ego comunicou) tal informação como verdadeira, a comunicação está acontecendo. Mesmo que alter entenda como informação não-verdadeira, e continue o fluxo da comunicação, a mensagem segue seu curso. O entendimento não é controlado.

Porém, uma vez que o destinatário compreende a informação, algum dado foi acrescido ao seu repertório. “As experiências de confiabilidade gradualmente se acumulam e são novamente incluídas no processo”<sup>15</sup> (Luhmann, 1995: 149).

A somar, estão a quantidade de informações, que em demasiado podem dificultar ou facilitar as interpretações. Gleik (2012) fala de uma sensação de afogamento e traz a metáfora do dilúvio para descrever o excesso de informações. Para acrescentar ainda mais agilidade, acrescenta-se à capacidade da escrita a influência direta da internet.

*A tecnologia mais difícil de apagar das nossas mentes é a escrita, que surge no preciso de albar da história, como tem que ser, porque a história começa com a escrita. O caráter definitivo do passado depende disso. [...] A palavra escrita é o mecanismo por meio do qual sabemos o que sabemos. Organiza o nosso pensamento.* (Gleik, 2012: 41 e 43)

Quando sem contextos, fragmentadas, as informações tornam a compreensão, a interpretação e as conexões impossíveis. Esse cenário facilita a transmissão das notícias falsas.

*Quanto mais complexo o sistema se torna e quanto mais forte ele se expuser a irritações, mais variedade o mundo pode permitir sem perder em realidade; e tanto mais o sistema pode trabalhar com negações, com ficções, com suposições “meramente analíticas” ou estatísticas que se distanciam do mundo como ele é*<sup>16</sup>. (Luhmann, 2000: 7)

A celeridade causada pela comunicação em rede não foi desprezada por Luhmann, que fala das mudanças como sendo necessário vencer improbabilidades numa “sucessão progressivamente mais rápida, com o que tal superação aparece como mais improvável por razões de tempo e acaba por selecionar as vias mais rápidas” (Luhmann, 2006: 50).

## CONCLUSÃO

O motor propulsor deste artigo foi o crescente fenômeno das *fake news*, imensamente discutido em diversas esferas, nomeadamente às que se referem aos meios de comunicação e às redes sociais.

---

14. Não à toa, vinte anos após a publicação de ‘*Manufacturing Consent: The Political Economy of The Mass Media*’, os autores Herman e Chomsky (2008) fizeram um adendo à obra para tratar das mudanças estruturais e, especialmente, da globalização e da força da internet.

15. Tradução própria.

16. Tradução própria.

O que se vê é uma situação alargada pela internet, onde informações ecoam invariavelmente tendo fundo de verdade ou não.

A informação nunca foi exclusiva dos média, a informação é parte da sociedade. Por uma ótica luhmanniana, pôde-se tratar nessas páginas dos mecanismos que fortalecem a comunicação, tornando-a possível além de improvável.

A chave para vencer a pedra do meio do caminho inexistente. Faz parte do caminho ter pedras. Faz parte do caminho ter muitas pedras. O sistema social se alimenta delas, transformando-as e reincorporando-as.

O que sugere o relatório do Conselho Europeu é que tanto os jornalistas de redação quanto os cidadãos comuns que dependem das mídias sociais para obter informações investiguem a fonte, antes mesmo de analisar o conteúdo em si (Wardle, Derakhshan, 2017).

Em relação à pesquisa encabeçada pelos pesquisadores do MIT, como mencionado no início do texto, as conclusões acerca das postagens verificadas no Twitter e da proliferação das *fake news* residem na teoria da informação e na decisão bayesiana, quando do momento de decisão figuram incertezas. E mais, a novidade atrai a atenção e é ela que atualiza nossa compreensão do mundo.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Esteves, J. (2006). Apresentação. In N. Luhmann, *A Improbabilidade da Comunicação* (pp. 5-36). Lisboa: Vega.
- Boyd, D. (2017). Google and Facebook can't just make Fake News Disappear. *Wired*. Link: [www.wired.com/2017/03/google-and-facebook-cant-just-make-fake-news-disappear/](http://www.wired.com/2017/03/google-and-facebook-cant-just-make-fake-news-disappear/).
- Correia, J. (2004). Elementos para uma teoria da comunicação: Schutz e Luhmann e a construção social da realidade. *BOCC*, [www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-elementos-para-teoria-dacomunicacao.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-elementos-para-teoria-dacomunicacao.pdf): 1-13.
- Correia, J. (2005). Entre o sistema e o mundo da vida: um lugar para a estranheza na análise sistémica do jornalismo. In J. Santos (ed.), *O pensamento de Niklas Luhmann* (pp. 321-346). Covilhã, Universidade da Beira Interior.
- Deuze, M. (2012). *Media Life: digital media and society*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press.
- Fallis, D. (2009). A Conceptual Analysis of Disinformation. *Ideals*. Comunicação apresentada na iConference 2009. <http://hdl.handle.net/2142/15205>.
- Fletcher, N.; Kalogeropoulos, R.; Levy, D. & Nielsen, R. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf).
- Gleick, J. (2012). *Informação: uma história, uma teoria, um dilúvio*. Lisboa, Ciclo de Leitores: Temas e Debates.
- Herman, E. & Chomsky, N. (2008). *Manufacturing Consent: the political economy of mass media*. Londres: The Bodley Head.

- Higgins, K. (2016). Post-truth: a guide for the perplexed. *Nature News*. [www.nature.com/news/post-truth-a-guide-for-the-perplexed-1.21054](http://www.nature.com/news/post-truth-a-guide-for-the-perplexed-1.21054).
- Jack, C. (2017). Lexicon of Lies. *Data & Society*. [https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety\\_LexiconofLies.pdf](https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf)
- Luhmann, N. (1995). *Social Systems*. (trad. J. Bednarz, Jr., & D. Baecker). Stanford: Stanford University Press.
- Luhmann, N. (2006). *A Improbabilidade da Comunicação*. (Seleção e Apresentação João Pissarra) 4ª edição. Lisboa: Vega.
- Luhmann, N. (2000). *The Reality of Mass Media* (trad. K. Cross). Califórnia: Stanford University Press.
- Marcondes Filho, C. (2008). Comunicação e ação política no contínuo mediático: Luhmann contra Habermas. E nós contra todos. *Galáxia: Revista transdisciplinar de comunicação, semiótica, cultura*, 8(15): 39-58.
- Sodré, M. (2006). O paradoxo da comunicação improvável. *Observatório da Imprensa*. <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o-paradoxo-da-comunicacao-improvavel/>.
- Vosoughi, S.; Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380): 1146-1151. <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146/tab-pdf>.
- Wardle, C. (2017a). Fake News. It's Complicated. *First Draft*. <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>.
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe F-67075 Strasbourg Cedex*. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>.
- Wolf, M. (2009). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.
- Zuckerman, E. (2017). Stop Saying Fake News, It's not Helping. In My Heart is in Accra. [www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/](http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/).