



**O FENÔMENO DA DESMEDIATIZAÇÃO NUMA RELAÇÃO DIRETA DA
DESINFORMAÇÃO E ASPECTOS DE UMA INFONDEMIA
THE DEMEDIATIZATION PHENOMENON AND THE DIRECT RELATION
BETWEEN WITH DISINFORMATION AND INFONDEMIC ASPECTS**

Hélio Ferreira Mendes Júnior¹

Resumo: Discutir o fenômeno da Desmediatização feita por Hissa (2021) para evidenciar os aspectos da desinformação, que foram enfatizados durante a Pandemia, devido ao excesso de informações que se transformaram numa Infodemia, através do meio de comunicação digital das plataformas que gerenciam as redes sociais, onde circulam maioria dos conteúdos jornalísticos na atualidade. As problemáticas acerca da Desinformação e Infodemia na Pandemia que convergem entre si e o processo de disseminação desses fenômenos nos meios de comunicação digital.

Palavras-chave: Desinformação, Desmediatização, Digital, Infodemia e Pandemia.

Abstract: Discuss the phenomenon of Demediatization made by Hissa (2021) to highlight the aspects of disinformation, which were emphasized during the Pandemic, due to the excess of information that turned into an Infodemic, through the digital communication medium of platforms that manage networks social networks, where most journalistic content circulates today. The issues surrounding Disinformation and Infodemic in the Pandemic that converge with each other and the process of dissemination of these phenomena in digital media.

Keywords: Disinformation, Demediatization, Digital, Infodemic and Pandemic.

¹ Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM e ECA-USP.



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

O termo Desmediatização que Hissa (2021) nos traz é a partir da conceitualização feita por Byung-Chul Han (2018). Esse fenômeno da desmediatização está numa relação direta com a Pandemia de informação que ela utiliza para designar, a Infodemia, a priori. Assim, relaciona as práticas sociais baseadas na política e economia sobre a divulgação das *Fake News* e a consequência de opiniões disruptivas que são propagadas pela cultura digital. O termo de desinformação aqui utilizado, para assim designar as *fake news*.

A abordagem antagonística proposta por Chantal Mouffe (2015), argumenta que não se pode desarraigar na dimensão conflituosa das redes sociais. Observa a disseminação das Fake News na mídia e nas redes sociais, a partir de uma dimensão ideológica que mobiliza alguns embates. Nesta conceitualização para compreender as noções de realidade através de Lacan (2005) que explica o real é diferente do simbólico e do imaginário e assim conceituar a *fake news*:

Sendo assim, por que o fenômeno contemporâneo das *fake news* nos causa tanta aflição, preocupação e ojeriza, já que estamos lidando com a base enunciativa de toda sociedade (a representação simbólica da realidade ideologizada)? Por que notícias falsas emergentes e contingenciais, replicadas milhares de vezes nas mídias digitais, nos impactam mais do que a propagação de crenças moralizantes, de mitos religiosos, de leis arbitrárias e de conteúdos racistas igualmente falsos e sem nenhuma base científica ou empírica? Por que contemporizar o conteúdo perverso de algumas representações simbólicas e execramos o continente sedimentado e contingencial de outras? (HISSA, 2021, p.46).

Esse questionamento sobre a replicação das notícias falsas, nos direciona para as características da Infodemia, nessa disseminação das informações em excesso nas redes sociais e plataformas da cultura digital. A desinformação se configura neste contexto da pandemia, o que gerou uma Infodemia de informações imprecisas acerca da Pandemia e do vírus da Covid-19 que se espalharam, como um vírus juntamente com o período pandêmico.

Infodemia, desinformação e desmetiazição na Pandemia.

O termo Infodemia foi utilizado pela OMS (Organização da Saúde) para denominar o excesso de informações errôneas, imprecisas, falsas e desinformativas principalmente



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

sobre a pandemia de Covid-19, que foram propagadas de forma incontrolável primeiramente nos meios de comunicação, antes de ouvirem especialistas, e após em aplicativos de troca de mensagens, causando confusão na população sobre quais medidas tomar diante da pandemia que assolou o mundo a partir de janeiro de 2020.

A palavra surge do radical info- (deduzido de informação) + -demia (do grego *dêmos* ‘povo’ + o sufixo -ia, formador de substantivos da terminologia médica), pelo inglês *infodemic*² O vocábulo inglês *infodemic* foi criado pelo cientista político e jornalista David J. Rothkopf em seu artigo “*When the Buzz Bites Back*”, publicado no jornal The Washington Post, em 11 de maio de 2003, em meio à epidemia da SARS (Síndrome Respiratória Aguda Grave).

A Unesco adotou o uso do termo, Desinfodemia³: “Para extrair um significado da desinfodemia da COVID-19, considere o seu oposto – a informação. Se a informação dá autonomia (empodera) as pessoas, então a desinformação retira essa autonomia (desimpodera). O acesso a informações verificáveis e confiáveis torna significativo o direito à liberdade de expressão. A (des)infodemia atua com o efeito contrário a esse direito durante a pandemia”.

Em 2009, quando enfrentamos a primeira pandemia do século XXI (H1N1), as mídias sociais ainda estavam se popularizando no Brasil. O Orkut era, na época, a plataforma mais usada pelos brasileiros, somando, em 2008, 40 milhões de pessoas cadastradas no país (HAMANN, 2011). No entanto, em 2011, essa mídia social começou a perder usuários para duas plataformas que cresciam rapidamente no país: o Facebook, atualmente com 130 milhões de brasileiros ativos (USUÁRIOS..., 2020) (mais da metade da população do país), e o Twitter, com 15,6 milhões de contas ativas no Brasil (LEADING..., 2020).

Com o passar dos anos, o tempo entre uma inovação e outra foi diminuindo. Em 2009, mesmo ano da pandemia de H1N1, o *WhatsApp* foi lançado e, a partir daí, uma febre mundial. Em 2020, a mídia social já fazia parte da vida de cerca de 2 bilhões de pessoas

²Disponível em: <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/infodemia#sdendnote2sym>

³ Disponível em: <https://pt.unesco.org/covid19/disinfodemic>



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

ao redor do globo (WHATSAPP..., 2020). No Brasil, o aplicativo chegou no mesmo ano em que foi lançado, mas só estava disponível para usuários de *iPhones*, o que limitava consideravelmente o acesso à ferramenta. Em 2019, o *WhatsApp* foi o aplicativo mais baixado no mundo e no Brasil (SYDOW, 2020).

A Infodemia não é um fenômeno oriundo da pandemia de Covid-19, porém ressurgiu neste cenário pandêmico e é largamente utilizado a partir de então, para caracterizar o excesso de informações que circulavam principalmente no meio digital sobre o vírus e as formas peculiares de prevenção e tratamento equivocados, que depois foram desmentidos principalmente pelo jornalismo através dos cientistas e pesquisadores. Criaram-se canais nas plataformas digitais e também pelas agências de checagem para combater a desinformação sobre a pandemia, e de governos e entidades não governamentais pelo mundo afora para denúncias de informações falsas que circulavam. (figura 1).

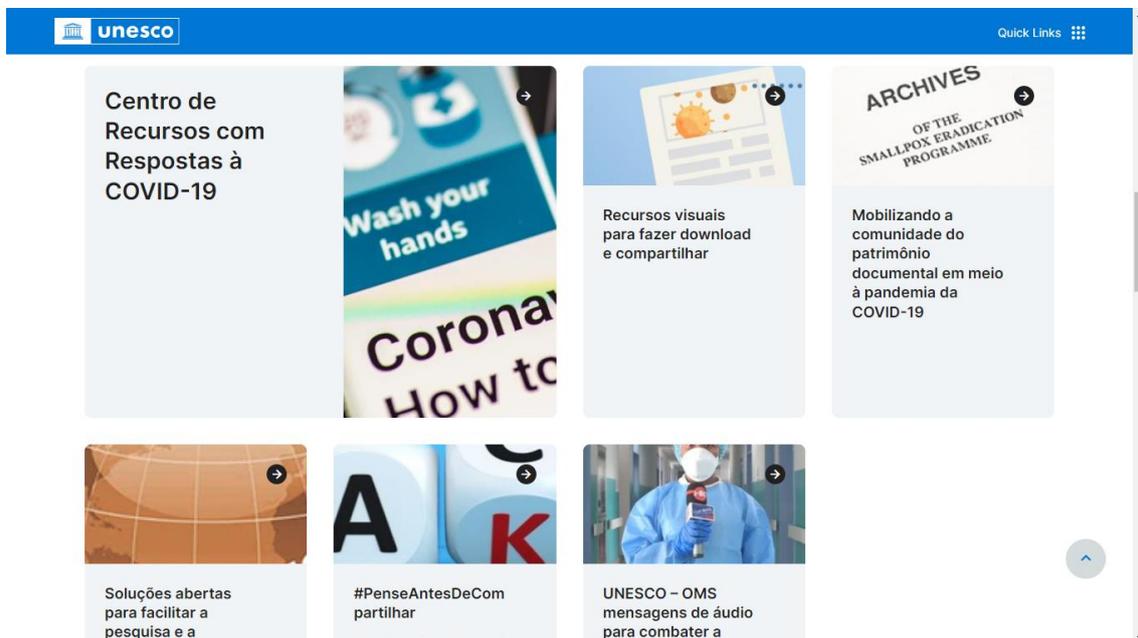


Figura 1. Página da Unesco sobre Comunicação e Informação: Resposta à COVID-19.

Figure 1. UNESCO page on Communication and Information: Response to COVID-19.



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Esse combate a desinformação na pandemia gerou milhares de conteúdos para serem compartilhados nas redes sociais com informações precisas sobre a pandemia, o que não deixa de ser uma Infodemia também pelo excesso de informações que circularam. Um aspecto que precisa ser pensado sobre a que é uma desinformação em si é a sua tradução, pois em inglês se apresenta dois termos distintos: Disinformation e Misinformation. Torbjorn Gundersen (2022) nos aponta essa distinção entre os termos:

Estas funções complexas incluem a propagação de desinformação, que foi definida como desinformação (ou informação enganosa/imprecisa) que é espalhada com a intenção de enganar ou prejudicar (74–76). Nas redes sociais, em particular, a distinção entre desinformação e (des)informação torna-se confusa à medida que o conteúdo circula para além do seu contexto de origem e as intenções se tornam ainda mais difíceis de determinar (74); portanto, nos concentramos em ambas as variedades de informações imprecisas. (GUNDERSEN, 2022) (tradução nossa)⁴.

A tradução literal em língua portuguesa para desinformação sem mencionar as características de cada termo em língua inglesa, implica em configurar tudo como sendo a mesma desinformação e como Gundersen (2022) aponta existem suas distinções, pois a Disinformation é feita para realmente para confundir e viralizar nas redes sociais e a Misinformation seria uma prática que acontece através de um equívoco na apuração da informação, na pressa de dar uma informação exclusiva, o que poderíamos categorizar como uma barrigada no jargão jornalístico brasileiro.

O fenômeno da desmediatização (HAN, 2018), tem pela abordagem que as narrativas sofrem um processo de sedimentação através das representações simbólicas. Esse processo que caracteriza as *Fake News*, nos mostra as imbricações da desinformação massiva na pandemia.

Hissa (2021) argumenta que: "Esse excesso de informação se dá em um contexto de desmediatização próprio da cultura digital, processo responsável pela vulgarização das *fake news*". (p.58). E neste aspecto que para Han (2018), "a comunicação digital se

⁴ Original: These complex roles include the spread of disinformation, which has been defined as misinformation (or misleading/inaccurate information) that is spread with the intention to deceive or harm (74–76). On social media in particular, the distinction between disinformation and misinformation becomes blurred as content circulates beyond its source context and intentions become even more difficult to determine (74); thus, we focus on both varieties of inaccurate information.



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

caracteriza pelo fato de que as informações contemporaneamente são produzidas, enviadas e recebidas sem intermediários – como as mídias tradicionais, por exemplo –, o que caracteriza o movimento de desmediatização". (p.58).

Em contraponto da comunicação do meio digital, a comunicação de massa e principalmente seus veículos de comunicação foram responsáveis por trazer as informações na pandemia para todos, porém como que circulou essas informações muitas foram recortadas das falas de autoridades, especialistas e da comunidade científica para um contexto que causava receio e usar métodos de prevenção e de higiene como foi o uso das máscaras, que se tornou obrigatoriedade em todos os lugares. A eficácia de seu uso foi colocada à prova por diversos autores sociais, políticos, celebridades, influencers e população em geral.

As características da Infodemia apontadas por Hissa (2021), estão atrelados a conceitos como, a desinformação:

A infodemia e o aumento da divulgação de fake news são consequência direta do processo de desmediatização. Diversos coletivos identitários começaram a publicar nas redes sociais suas próprias representações da realidade, e as fake news emergiram justamente nesse contexto de crise na confiança da veracidade das informações na esfera digital. Quanto mais pessoas se veem autorizadas a produzir e publicar informação, mais informação é gerada e consumida, e, assim, a confiança nas fontes mediatizadas se vê abalada. (HISSA, 2021, p.59).

O processo de desmediatização converge para uma Infodemia na atualidade, e no aumento da desinformação. Hissa (*op.cit*) não utiliza do termo desinformação, mas o categoriza através de sua contextualização das *fake news*. As questões do consumo midiático é exemplificada, pelo fenômeno da Infodemia e que nos demonstra o surgimento da desinformação, conforme:

A infodemia expõe esta questão: o hiperconsumo e a hiperprodução de informação geram precisamente (e necessariamente) a falta de verdade. Han (2017b) explica que mais informações, ou o acúmulo de informações, por si sós, não produzem qualquer verdade, e que hiperinformação e hipercomunicação, além de não afastarem a fundamental falta de precisão da informação, intensificam mais ainda essa falta de verdade. A disseminação de fake news como consequência da desmediatização e da infodemia [...]. (HISSA, 2021, p. 60).

Relacionamos esses aspectos da Infodemia com a desmediatização através disseminação das fake news, às quais Hissa (*op.cit*) aponta como uma consequência destes fenômenos



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

citados, e acontece pela essa questão do hiperconsumo e a hiperprodução de informação, conforme Han (2017b) que ainda contextualiza pelos termos hiperinformação e hipercomunicação e assim produzem qualquer tipo de verdade disseminada no meio digital.

Outro aspecto da desmediatização como fenômeno é a manipulação dos conteúdos, pois qualquer pessoa tem acesso a programas e softwares que podem ser usados para adulterar imagens e vídeos e edição de textos, que se tornou uma característica desses conteúdos manipulados bem presente na pandemia.

Que para Han (2018) implica na desconfiança dos conteúdos que acessamos nas plataformas e redes sociais, pois com a desmediatização atual os jornalistas não são mais detentores da informação como apontados na cultura de massa, e qualquer um pode produzir informação na cultura digital, ou seja, a mídia digital dissolveu o poder do jornalismo em noticiar e narrar os fatos. Um fato muito recorrente na pandemia, conteúdos que pareciam ser de canais oficiais de governo por exemplo, sendo feito e circulado para confundir a população de quais medidas sanitárias utilizar, uso de máscaras e principalmente sobre os *lockdown*⁵.

Na cultura digital, não existem mais instâncias mediadoras, como pontua Han (2018);

Pode-se dizer, assim, que essa contramediatização é um efeito gerado pela infodemia como uma espécie de regulação da regulação. Se antes da cultura digital as informações eram dirigidas e filtradas por meio de mediadores, atualmente as instâncias intermediárias interventoras estão cada vez mais dissolvidas e com menos poder de intervenção. Na infodemia, mediação e representação não são mais interpretadas como transparência e eficiência, como luta contra as fake news, e, sim, como congestionamento de tempo e de informação, bem como estratégia política. Essa mudança hoje é normativa “na medida em que ela dita o que é e o que deve ser. Ela define um novo ser [...]” (HAN, 2018, p. 42).

Nesse contexto da pandemia de Covid-19 tem deixado cada vez mais evidente a necessidade de segmentar e personalizar a comunicação de risco (figura 1) de acordo com quem falamos, além de aprender a falar sua língua, considerando e respeitando suas especificidades culturais, sociais, políticas e econômicas, seriam os efeitos dessa

⁵ Disponível em: <https://www.dicio.com.br/lockdown/>



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

contramediatização e apontados por Han (op.cit). Hissa (2021) aponta uma possibilidade de lidar com as *fake news*, neste contexto desmediatizado e da desinformação:

As *fake news*, que se inserem como estratégias de manutenção da dimensão antagonística “amigos/inimigos”, seriam combatidas por uma mediatização advinda de todas as esferas adversárias, de modo que as vozes discordantes se manifestem e se impliquem na luta por uma reconfiguração das relações de poder. Tais reconfigurações seriam reguladas por um conjunto de procedimentos democráticos aceitos pelos adversários (MOUFFE, 2015, p. 20), em uma ordem hegemônica multipolar, na qual o pluralismo seja realmente levado a sério. (HISSA, 2021, p.64).

Que podemos repensar para comunicar riscos, e que também é importante considerar que as mensagens precisam estar acessíveis nos meios de comunicação mais utilizados pelo público-alvo, sejam online ou offline. Pois não existem mais uma mediação dos meios de comunicação e muito menos uma filtragem nas redes sociais e nenhuma intervenção das plataformas na disseminação dos conteúdos em suas redes. Já que não é possível pôr fim à Infodemia em um mundo tão interconectado, somente com esforços globais coordenados entre todos os atores envolvidos (organizações de saúde, governos, mídia e indivíduos), conseguiremos controlá-la e mitigar seus efeitos nocivos.

Contribuições

A desmediatização está inserida no processo de midiatização nos estudos da comunicação, conforme pensamos na amplitude destes processos dentro de um panorama comunicacional. Para pensar em desmetizar nossos processos de acesso a informação é necessário estarmos midiatizados, pelo vasto o consumo das informações por todos no cotidiano, é assim todo o processo midiatizado da atualidade, tudo é informação e recebemos a todo momento na contemporaneidade.

E esses fenômenos de desmediatização imbricados pela desinformação em excesso característicos de uma Infodemia, ainda configuram em novas pesquisas e na busca de um arcabouço teórico para dar conta de todos esses processos midiáticos mutáveis e em



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

constante transformação pelo uso das plataformas digitais e principalmente das novas formas de se consumir um conteúdo informacional, seja preciso ou impreciso. A qual informa e ao mesmo, nos desinforma.

Os apontamentos de Hissa (2021) sobre a desmediatização nos fazem refletir sobre que enquanto comunicadores, teremos como principais desafios estudar e mapear o comportamento do público-alvo diante da pandemia de Covid-19 e saber utilizar essas evidências da melhor forma para criar uma comunicação que empodere as pessoas a discernir quais são as informações verdadeiras e as falsas e que faça com que elas saibam exatamente como agir para se protegerem e para protegerem a população não apenas do novo coronavírus, mas do vírus da desinformação e amplamente propagadas numa Infodemia na atualidade.

Referências

- GUNDERSEN, T. et al. A New Dark Age? Truth, Trust, and Environmental Science. *Ann. Rev. Envir. Resour.*, v. 47, 5–29, 2022. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ120920-015909>
- HAN. B. No enxame: perspectivas do digital. Petrópolis-RJ: Vozes, 2018. HAN. B. Sociedade da transparência. Petrópolis-RJ: Vozes, 2017b.
- HISSA, D. L. A. Desmediatização, infodemia e fake news na cultura digital. *SCRIPTA*, v. 25, n. 54, p. 40-67, 2021. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/index.php/scripta/article/view/26575/18956>
- MOUFFE. C. Sobre o político. São Paulo: Martins Fontes, 2015. ROTHKOPF, David J. When the Buzz Bites Back. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bitesback/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/>
- UNESCO. Combate à desinfodemia: trabalhar pela verdade em tempos de COVID19. Disponível em: <https://pt.unesco.org/covid19/disinfodemic>