

“O combate à desinformação promovida pelas big techs é a principal luta política de nosso tempo”

"The fight against disinformation promoted by big tech companies is the main political struggle of our time."

"La lucha contra la desinformación promovida por las grandes empresas tecnológicas es la principal lucha política de nuestro tiempo"

Larissa MORAIS¹

Resumo

Entrevista na qual a professora Sylvia Moretzsohn, aposentada da UFF, atualmente vinculada como pesquisadora à Universidade do Minho, em Braga/Portugal, apresenta sua mais recente pesquisa e reflete sobre temas como desinformação, inteligência artificial e a crescente influência das *big techs* sobre o ecossistema informativo internacional.

Palavras-chave: jornalismo; desinformação; big techs; crítica de mídia; inteligência artificial

Abstract

Interview in which Professor Sylvia Moretzsohn, retired from UFF and currently affiliated as a researcher at the University of Minho in Braga, Portugal, presents her most recent research and reflects on topics such as disinformation, artificial intelligence, and the growing influence of big tech companies on the international information ecosystem.

Keywords: journalism; disinformation; big tech; media criticism; artificial intelligence

Resumen

Entrevista en la que la profesora Sylvia Moretzsohn, jubilada de la UFF y actualmente afiliada como investigadora a la Universidad de Minho en Braga, Portugal, presenta sus investigaciones más recientes y reflexiona sobre temas como la desinformación, la

¹ Professora Associada da UFF, vinculada à graduação em Jornalismo e ao Programa de Pós-Graduação de Mídia e Cotidiano, editora da Revista Mídia e Cotidiano. E-mail: larissamorais@id.uff.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6906-1635>.



inteligencia artificial y la creciente influencia de las grandes empresas tecnológicas en el ecosistema informativo internacional.

Palabras clave: periodismo; desinformación; grandes tecnológicas; crítica de los medios; inteligencia artificial

Apresentação

Quando propôs seu projeto de pós-doutorado à Universidade do Minho, em 2018, a pesquisadora Sylvia Moretzsohn procurava identificar as possibilidades e dificuldades do jornalismo para furar as bolhas formadas pelas redes sociais. Começou a formular, aí, a questão que passou a conduzir seu trabalho: por que as pessoas acreditam nas mentiras mais estapafúrdias e rejeitam liminarmente qualquer argumento que contrarie suas convicções?

Esta pergunta está na base de seu novo livro, “Eles não querem que você saiba – armadilhas da desinformação”, recém-lançado pela editora Ação, no qual a autora apresenta a desinformação como um processo que acompanha o próprio modo de produção do noticiário, historicamente submetido à lógica da aceleração do tempo própria do capitalismo, e que hoje se radicaliza com a atuação das *big techs*, suas plataformas, seus algoritmos e seus modelos de “inteligência artificial”, voltados para um projeto político que conduz, segundo a pesquisadora, à mais radical alienação. É por isso que Sylvia defende que o combate à desinformação passe pelo enfrentamento desse projeto político em diversas frentes, seja no próprio campo político, com a luta pela regulamentação das grandes empresas de tecnologia, seja no campo da pesquisa acadêmica, com pesquisas multidisciplinares que decifrem aspectos como formas de manipulação discursiva, a conformação do gosto do público pelos meios de comunicação e os mecanismos de ação das grandes plataformas, entre outras. De acordo com a professora aposentada da UFF – que desde 2018 vive em Portugal e desenvolve pesquisa junto à Universidade do Minho – os algoritmos são programados de modo a estimular os instintos mais primitivos do ser humano, “reações irrefletidas e a rejeição, a recusa, a blindagem ao contraditório”.

O bom jornalismo, aliado à crítica da mídia, está convocado para a disputa, mas já não basta ir contra o senso comum, “pensando contra os fatos”, como Sylvia propôs em sua tese de doutoramento. Recordando o que diz o filósofo Vladimir Safatle, ela argumenta que “as pessoas aderem a outra forma de vida, e combatê-la a partir da razão é inútil. Seria preciso começar por desativar os afetos que empolgam essas



peessoas”, explica. “Como fazer isso é o grande problema. Mas, do ponto de vista da comunicação, penso que um recurso tradicional da retórica seria uma forma de sensibilização: começar por atrair as pessoas com um discurso que vai ao encontro das suas crenças para em seguida desmontá-lo, e assim provocar um abalo que possa levá-las a refletir”, esclarece a professora.

Para enfrentar um outro problema, que é furar as bolhas que os algoritmos das grandes plataformas ajudaram a consolidar, ela defende uma regulação que obrigue as empresas a informar sobre seus procedimentos e as impeça de estimular comportamentos antissociais, além da criação de plataformas públicas que possam abrir um espaço alternativo à circulação de informações confiáveis e esclarecedoras. Essas e outras questões da presente entrevista nasceram de um debate que o Programa de Pós-graduação e Mídia e Cotidiano (PPGMC)² promoveu em maio e que fez parte dos eventos de lançamento do novo livro da professora no Brasil. Ela fica no país até novembro, quando participa também do congresso anual da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). As perguntas reproduzidas a seguir foram apresentadas por discentes e docentes do programa de pós.

P. MÁIRAN: *Como você vê o papel das agências de checagem, no cenário de desinformação que você descreve em seu novo livro?*

S. MORETZSOHN: Eu sempre fui muito crítica ao trabalho dessas agências, especialmente quanto à metodologia e aos critérios de objetividade que utilizam. É claro que é fundamental saber se os fatos noticiados realmente ocorreram, se as pessoas deram mesmo tais ou quais declarações e se essas declarações são verdadeiras. Mas esta sempre foi uma tarefa elementar do jornalismo, não é? E o problema metodológico dessas agências é verificar fatos isoladamente, para atribuir a eles o selo de “verdadeiro”, “falso” ou algo intermediário a isso. Bastaria lembrar a célebre peça de publicidade institucional da *Folha de S. Paulo* que relaciona uma série de realizações verdadeiras de Hitler e termina com a frase “é possível contar um

² O encontro foi organizado pelos professores Larissa Moraes e Jorge Alberto Ramos, no escopo da disciplina “Comunicação, Poder e Política: Grupos de mídia no contexto de polarização e platformização”. Os nomes abreviados nas perguntas são Paula Máiran, Larissa Moraes, Victor Gabry, David Barbosa e Thayssa Rios.



monte de mentiras dizendo só a verdade”. Porque o que importa é o contexto, que é o que abre a possibilidade de interpretações distintas, e é disso que se faz o jornalismo. Os fatos têm de ser verdadeiros, esse é o ponto de partida, mas é preciso observar o seguinte: daquelas seis perguntas elementares, quatro delas, “o quê, quem, quando, onde?”, têm respostas objetivas, no sentido estrito da referência à verdade factual, mas “como?” e “por quê?” são perguntas cujas respostas estão abertas ao confronto de versões, e só uma apuração mais aprofundada poderá chegar a uma conclusão. Que pode não ser definitiva. E isso demanda algum tempo, que é contraditório ao imediatismo que o jornalismo produzido em ritmo industrial sempre estimulou, desde o século XIX.

Eu concordo com autores como Luís Felipe Miguel, professor de ciência política na UnB, sobre o papel ideológico dessas agências de checagem na legitimação da narrativa dominante, que envolve a legitimação da imprensa tradicional como parâmetro de credibilidade versus a balbúrdia desinformativa nas redes, exatamente como definiu o Projeto Editorial de 2017 da *Folha de S. Paulo* (“Jornalismo profissional é antídoto para notícia falsa e intolerância”), como se o jornalismo profissional não mentisse, ocultasse ou distorcesse informações. No meu livro dou vários exemplos disso, porque considero que a desinformação tem várias faces, e bastaria lembrar o episódio da ficha falsa da Dilma, que começava a aparecer como candidata à presidência, que a *Folha* publicou em abril de 2005 na primeira página e foi erradamente atribuída ao DOPS, para demonstrar como essa dicotomia não se sustenta, ainda que seja indiscutível a incomensurável diferença entre as falsidades e distorções produzidas pela mídia tradicional e a enxurrada que inunda as redes.

Mas quero deixar claro que considero o jornalismo profissional absolutamente fundamental. Minha crítica é à forma como as grandes empresas o exercem.

Eu penso que, se é para checar o que é ou não verdadeiro, as agências precisariam rever sua metodologia e olhar também para a imprensa estabelecida como tal, seja a chamada grande imprensa, sejam os veículos alternativos. Mas entendo a relevância dessas agências diante do ambiente que a internet inaugurou, dando espaço para a profusão de todo tipo de barbaridade. Portanto, valeria mesmo muito a pena ter um filtro para o que circula nas redes e para denunciar o que é mentira. O problema é que o resultado desse trabalho não chega a quem deveria chegar, até porque quem dissemina ou adere às mentiras não vai dar credibilidade ao que vem de fontes



identificadas com a grande imprensa, ou com o que genericamente identificam como o “sistema”.

L. MORAIS: *Você vem chamando a atenção para o fato de que desinformação é um fenômeno antigo, ligado também a estratégias de manipulação operadas nos próprios meios de comunicação. Me preocupa muito a extrema direita estar se apropriando desse discurso crítico para deslegitimar a imprensa e atrair público diretamente para suas redes informativas e sociais. O que se pode fazer a respeito? Ao mesmo tempo, como fazer uma crítica de mídia que de fato contribua para a imprensa se tornar melhor?*

S. MORETZSOHN: Redes desinformativas, você quer dizer, não é? Bem, esse é o movimento das plataformas, desde que se estabeleceram: obter a adesão do público e induzi-lo a ficar nesse ambiente e consumir o que circula por ali, redirecionando também o foco da publicidade, que antes sustentava os meios tradicionais. E não há termos de comparação entre o poderio dessas plataformas e o das empresas de comunicação que dominavam o mercado antes da internet. Mas é claro que é possível estabelecer regras para a não usurpação, a custo zero, do que essas empresas – e microempresas e grupos alternativos ou mesmo jornalistas isolados que trabalham à contracorrente – produzem.

A extrema direita se apropria do discurso crítico para desvirtuá-lo, e isso ocorre de forma geral, não diz respeito apenas ao discurso que critica a mídia: apropria-se da dúvida, e isso não é de hoje, é disseminado há muito tempo e alimenta negacionistas de todo tipo. Carl Sagan, por exemplo, descreve isso – e nem fala de extrema direita, na época isso não estava no horizonte – num dos capítulos do livro *O mundo assombrado pelos demônios. A ciência como uma vela no escuro*, publicado originalmente em 1997. Outra referência fundamental é o livro de Naomi Oreskes e Eric Conway, *Mercadores da dúvida*, que mostra como esse elemento fundamental para o trabalho científico é apropriado como técnica para disseminar desinformação (no caso, para contestar as consequências nefastas do fumo para a saúde ou dos gases CFC para o aquecimento global).

Isso tudo se amplia no contexto atual em que as instituições de referência são contestadas pelo discurso “antissistema”, que se aproveita de fatos verdadeiros e concretos – os interesses que orientam essas instituições e as impedem de cumprir



suas promessas – para desqualificá-las e rejeitá-las em bloco. A imprensa corporativa é dos principais alvos desse ataque. Mas criticá-la continua a ser uma necessidade, e não se pode abrir mão da crítica sob nenhuma hipótese. Dizer que devemos fazer isso porque a extrema direita se apropria disso é um erro, é o mesmo que não poder criticar os governos do PT porque isso seria fazer o jogo do inimigo. Sem crítica não podemos nos corrigir. Isso é válido de modo geral. Agora, para mim é muito claro o papel ideológico que a nossa grande imprensa sempre desempenhou ao longo da história. Sempre foi golpista, sempre esteve ao lado do poder, salvo em momentos muito pontuais. Então, a crítica de mídia e os vários trabalhos acadêmicos de crítica ao que a grande imprensa produz e aos seus vínculos com o poder precisam ser mantidos, não podem oscilar ao sabor da conjuntura. E o que estamos vendo na cobertura política, desde antes do início da campanha eleitoral, é algo que merece críticas duríssimas, sobretudo porque o que está em jogo, mais uma vez, é a famosa opção entre civilização e barbárie. Não pode haver hesitação diante disso, é uma questão elementar de responsabilidade. Entretanto, em 2018 um jornal mais que sesquicentenário achou que se tratava de “uma escolha muito difícil”. E agora o quadro não é muito diferente, a grande imprensa de modo geral afeta uma suposta imparcialidade para promover falsas equivalências e sempre colocar adversativas quando se trata de informações favoráveis ao governo.

Mas o exercício da crítica não pode ser confundido com a rejeição ao jornalismo ou à imprensa como instituição, porque não se trata de uma crítica ao jornalismo, mas ao mau jornalismo, à flagrante contradição entre os nobres princípios editoriais das empresas e o que elas praticam. E não se trata de fazer essa crítica para que as empresas melhorem, porque elas não precisam disso, elas sabem muito bem o que estão fazendo. A crítica de mídia é voltada para a qualificação do público, para que as pessoas percebam os processos de manipulação e saibam distinguir o bom jornalismo do que é distorção, manipulação ou propaganda (às vezes muito mal) dissimulada.

L. MORAIS: *Um dos temas centrais das suas pesquisas recentes é a credibilidade. Você mergulha numa questão crucial da filosofia moderna que é “por que as pessoas acreditam no que acreditam, mesmo quando os fatos contrariam suas crenças?”, e indica que entender as emoções por trás dessas crenças será crucial para que haja sucesso no desmonte da engrenagem da desinformação. Como fazer isso, com o*



agravante de que grandes empresas de tecnologia estão jogando no campo dos adversários?

S. MORETZSOHN: Eu penso que a credibilidade no jornalismo sempre foi tratada como algo autoevidente: costuma-se dizer que é um princípio essencial para o jornalismo, indispensável para que a “mercadoria” notícia tenha valor. Como escrevi num artigo publicado há alguns anos, esse raciocínio parte do pressuposto de que o público não apenas deseja a informação confiável como compartilha do sentido de credibilidade classicamente definido pelas empresas que se pretendem referenciais nesse negócio.

Porém, não é bem assim, e a primeira vez que eu vi um questionamento a essa lógica foi na dissertação da Silvia Lisboa, orientada pela Marcia Benetti, sobre “Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor”, a partir de um estudo sobre comentários de leitores a um editorial do Estadão. Nessa pesquisa, que começa com uma discussão filosófica sobre a forma pela qual se pode obter conhecimento a partir do relato de terceiros, ela estabelece a distinção crucial entre a credibilidade *constituída* – por quem enuncia, e que corresponde aos valores classicamente estabelecidos pelo jornalismo – e a credibilidade *percebida* pelo público, que verifica se o noticiário é coerente com esses valores.

O ponto de partida dessa pesquisa, que depois ambas vão desdobrar em dois artigos publicados em parceria, é o questionamento sobre algo também já naturalizado: a compreensão do jornalismo como forma de conhecimento. No primeiro dos artigos (“O jornalismo como crença verdadeira justificada”), elas se perguntam: “de que modo o jornalismo se torna um conhecimento? A que elementos o sujeito precisa recorrer e o que deve ser acionado para que, ao final, se possa caracterizar o estatuto cognitivo e epistêmico do jornalismo?”. E concluem que o jornalismo deve cumprir três condições para isso: as condições da crença, da verdade e da justificação. “Basicamente, o sujeito deve crer que o jornalismo diz a verdade, e esta verdade deve estar justificada em seu próprio discurso”.

Eu acho essencial essa discussão e foi a partir dessa base que comecei a questionar outras coisas. Primeiro: não creio que essa lógica possa se aplicar à imprensa popular, na sua relação com seu público. Mas, mais importante, considerando o ambiente em que passamos a viver com as redes sociais, vemos que, nessas bolhas, dá-se crédito às *fake news* mais estapafúrdias, mas que são apresentadas como fatos – como verdades



–, que confirmam convicções de quem as recebe e ajuda a disseminá-las. Então, para essas pessoas, o que importa não é discernir o verdadeiro do falso, como estamos acostumados a pensar, mas reiterar essas convicções. Então, a credibilidade continuaria a ser uma crença, mas não precisaria mais ser verdadeira, e se justificaria tautologicamente como forma de confirmá-la.

Acho importante também assinalar o embaralhamento dos regimes de crença que as mídias operam. Jacques Fontanille chamou a atenção para isso: a cada gênero corresponde um regime de crença, então sabemos se estamos diante de informação jornalística ou de um discurso publicitário, ou de entretenimento, ou de uma obra ficcional. Mas o apagamento ou ofuscamento das fronteiras entre esses gêneros, que já existia antes da internet e se agrava agora, desorienta as pessoas e favorece estratégias de persuasão e de manipulação de crenças.

Eu acho crucial investigar por que as pessoas acreditam no que acreditam porque é a partir daí que se poderá estabelecer uma diretriz eficaz para o combate à desinformação. Isso envolve muitas frentes de pesquisa, articulando pelo menos os campos da sociologia e psicologia com o da comunicação, com os muitos estudos já realizados sobre as formas de manipulação discursiva e a conformação do gosto do público pelos meios de comunicação tradicionais e pela indústria cultural de modo geral, os estudos de recepção e, agora, a atuação das grandes plataformas através do desenvolvimento de algoritmos que excitam os tais “instintos mais primitivos”, estimulam reações irrefletidas e a rejeição, a recusa, a blindagem ao contraditório. De uma perspectiva marxista, não poderíamos jamais perder de vista o movimento do capital, ou seja, teríamos de considerar como o processo atual de desinformação atende ao projeto político conduzido pelos comandantes das *big techs*.

Penso que um dos problemas dos esforços que vêm sendo realizados para o combate à desinformação é aquilo que certa vez o Vladimir Safatle chamou de “iluminismo ingênuo”, que parte do pressuposto de que as pessoas que aderem ao fascismo agem assim porque são ignorantes ou não compreenderam a cadeia lógica de argumentos que as demoveriam dessa crença, portanto uma atitude paciente e didática as levaria a refletir e a reconsiderar suas posições. E ele sustenta que não é assim: não é só ignorância, as pessoas se comportam dessa maneira porque aderem a outra forma de vida, e combatê-la a partir da razão é inútil. Seria preciso começar por desativar os afetos que empolgam essas pessoas.



Como fazer isso é o grande problema. Mas, do ponto de vista da comunicação, penso que um recurso tradicional da retórica seria uma forma de sensibilização: começar por atrair as pessoas com um discurso que vai ao encontro das suas crenças para em seguida desmontá-lo, e assim provocar um abalo que possa levá-las a refletir. Ainda assim, resta o outro grande problema, que é furar as bolhas que os algoritmos das grandes plataformas ajudam a consolidar. Para enfrentar isso, creio que há dois caminhos concomitantes: de um lado, a regulação, obrigando as empresas a informar sobre seus procedimentos e impedindo-as de estimular comportamentos antissociais, e, de outro, o investimento em plataformas públicas, que possam abrir um espaço alternativo à circulação de informações confiáveis e esclarecedoras.

L. MORAIS: *Como você vê o uso sistemático de IA pelas empresas jornalísticas? O jornalismo vai sobreviver?*

S. MORETZSOHN: Se não houver mudança de rumos no desenvolvimento da IA generativa – e, agora, da agentiva –, ninguém vai sobreviver. Eu espero que os movimentos críticos ao uso dessa tecnologia possam obrigar a essa mudança de rumos, que talvez seja imperativa diante de questões mais objetivas como a do impacto ambiental que essa tecnologia representa e da falta do retorno financeiro prometido pelos comandantes dessas empresas.

O uso da IA no jornalismo é justificado como uma forma de dar mais agilidade ao trabalho de apuração ou redação, a partir do fornecimento de informações que o repórter ou redator demoraria muito tempo a reunir. Seria mesmo uma mão na roda: imagina, por exemplo, pedir a um robô um resumo de um calhamaço de centenas de páginas de documentos essenciais para uma reportagem? Ou pedir referências sobre determinado tema. Seria ótimo se esse resumo ou essa massa de informações fossem confiáveis, mas não são. O que, no primeiro caso, permite sempre alguma dúvida sobre a consistência do resumo e, no segundo, dá um trabalho suplementar, caso se queira trabalhar a sério: exige do profissional a necessidade de confirmar o que ele recebeu nessa consulta.

No livro eu cito o caso do jornalista português Miguel Szymanski, que pediu a um desses robôs uma informação específica e recebeu uma resposta muito detalhada e aparentemente confiável, mas ele foi checar e não encontrava a referência. E começou a discutir com a máquina, que insistia na correção do que lhe havia informado, até



que finalmente reconheceu que havia buscado argumentos para produzir uma “ilusão de rigor” e convencê-lo de que a informação falsa era verdadeira.

Isso é absolutamente espantoso.

Eu não compreendo por que haveríamos de utilizar fontes não confiáveis para apurar o que quer que seja. Não faz o menor sentido.

Mas, mesmo que aceitássemos utilizar esse recurso, sabendo que seria preciso verificar as informações obtidas, isso só poderia ser feito se houvesse jornalistas, não é? E qual é a realidade do mercado, nas últimas décadas, senão a da precarização e a da progressiva redução de vagas? Nesse contexto, há alguma dúvida sobre o uso automático do material que a máquina entrega? É perfeitamente adequado às rotinas cada vez mais aceleradas de produção, ainda mais nesse quadro de precariedade. Se o que se publica é verdade ou não, ou se contém disparates, é outra história.

E nem estou falando do trabalho dos colunistas que assinam textos produzidos por IA. Este é o maior contrassenso. No Brasil, ficou famoso o caso da colunista Natália Beauty, que foi discutido pela ombudsman da *Folha* a partir do alerta de um leitor que havia identificado o uso de IA nos artigos dela. E ela confirmou que sim, usava a IA para escrever e não via qualquer problema nisso, porque afinal a ideia era dela.

O que mais me espantou na repercussão desse caso foi a reação do jornalista Paulo Markun, que deu razão a ela e defendeu o uso da IA na redação porque uma coisa seriam os textos, outra o pensamento. Como se o próprio processo de escrever não nos levasse a pensar e a ter novas ideias e, talvez, a mudar de rumo. Aliás, recordo aqui uma observação do professor Vicente Romano no livro *A intoxicação linguística*: “Escrever é uma forma intensiva de reflexão, de disciplinar o pensamento”. Um jornalista experiente como o Markun dizer o que disse é mesmo muito constrangedor.

Há casos de notícias escritas integralmente por IA. Não sei se é necessário comentar o que isso significa. Diria apenas que, quando o jornalismo se torna uma atividade previsível e repetitiva, realmente pode ser substituído por um robô, porque os jornalistas já se transformaram em robôs. Mas obviamente não é assim que tem de ser. Se o jornalismo quer sobreviver, se quer manter-se ou voltar a ser uma referência para a vida social e política, precisa rejeitar essa capitulação. Mas isso exige financiamento, condições de trabalho adequadas, não é um ato de vontade.



V. GABRY: *Professora, você diz que a Inteligência Artificial não deveria ser chamada assim porque não é inteligente nem artificial. Como deveríamos chamá-la então? Também queria saber também se você considera importante estudarmos os algoritmos e seu funcionamento, nas pesquisas em Comunicação, hoje.*

S. MORETZSOHN: Não sei qual seria a melhor denominação, sei apenas que não deveria ser chamada assim e que essa foi uma escolha esperta, que garante o marketing e atrai financiamento. Miguel Nicolelis ressaltou isso várias vezes, como na entrevista que deu ao Roda Viva, ano passado. Mas eu poderia também recordar o que disse a pesquisadora australiana Kate Crawford, numa entrevista ao *El País*, em 2018: “Pensar que as máquinas vão ter sentimentos é um mal-entendido, é não ter ideia de como funciona a consciência humana, que é impossível que uma máquina replique. Temos corpo, conexões muito complexas, que não são só impulsos cerebrais. Somos corpos em um espaço, vivendo em comunidade e em uma cultura. As pessoas veem a palavra inteligência artificial e acham que estamos criando inteligência humana, quando o que estamos fazendo é desenhar padrões de reconhecimento e automatização. Se chamássemos de automatização artificial, o debate mudaria totalmente.”

Porém, acabamos obrigados a usar o termo “inteligência artificial” porque é assim que essa tecnologia passou a ser conhecida. Mas é um erro, e um erro grave porque estimula o retorno a velhas fantasias e fantasmas sobre a dominação dos humanos pela máquina que nós mesmos criamos, e que já rendeu muitas peças de ficção científica. Por isso eu recomendo tanto a leitura dos dois volumes de *O conceito de tecnologia*, de Álvaro Vieira Pinto, que desfaz um monte de falácias e abre outro horizonte para a compreensão desse tema, que está colado ao nosso desenvolvimento como espécie.

É claro que é muito importante estudar como os algoritmos são projetados e como funcionam, mas, pelo menos até o momento, é muito difícil porque as empresas que os desenvolvem mantêm segredo sobre eles e põem cada vez mais obstáculos a quem pretende pesquisá-los. Mas importa estudar a possibilidade de criar algoritmos para plataformas próprias, públicas e à contracorrente dessa atual avalanche.

Importa também estudar os programas de pesquisa que as empresas de tecnologia conduzem para desenvolver esses mecanismos que nos levam a ficar grudados na



tela, e como lidam com os estudos de psicologia e neurociência em seu próprio benefício.

V. GABRY: *Mentir é algo exclusivo do humano? Se não vamos antropomorfizar as LLMs [modelos de linguagem em larga escala, na tradução em português], podemos dizer que elas mentem?*

S. MORETZSOHN: Em relação à primeira pergunta, sim, aliás seria interessante recordar que Hannah Arendt, no seu famoso ensaio sobre “Verdade e Política”, diz que a capacidade de mentirmos é dos poucos atos que confirmam a liberdade humana. Quem sabe não é daí que deriva a defesa da liberdade ilimitada de expressão, que inclui dizer as mentiras mais descaradas? (Estou brincando, naturalmente, a Hannah Arendt não tem culpa de nada, mas não deixa de ser interessante observar isso).

Mas, bem: no meu livro eu digo que, se as LLM estão programadas para mimetizar o comportamento humano, e se elas mentem e se empenham em tentar comprovar que a mentira é verdade, então estão cumprindo à risca a sua tarefa. Mas é claro que isso é uma pequena gracinha que eu me permiti fazer. As LLM não mentem, não pensam – me irrita muito quando faço alguma pesquisa e logo me aparece a informação (que não pedi, porque pretendia apenas acessar um link) de que a máquina está “pensando” para me responder, quando está “processando”, o que é bem diferente –, não alucinam. Nós é que classificamos as coisas dessa forma, seja pelo interesse mercadológico de consolidar a ideia de que a máquina tem ou pode adquirir características humanas, seja porque temos mesmo uma tendência a antropomorfizar. E quem desenvolve essas ferramentas sabe disso. Tendemos a achar que existe uma pessoa do outro lado, daí desenvolvemos relações afetivas com a máquina. Isso é inescapável, e é muito grave, tem gerado ou agravado sérios problemas mentais.

D. BARBOSA: *Você disse que há muitas pesquisas repetitivas, no meio acadêmico. Gostaria de saber que pesquisas considera urgentes.*

S. MORETZSOHN: Eu sempre dediquei muita atenção ao mundo do trabalho e acho fundamentais as pesquisas voltadas para o impacto da utilização da IA nesse



campo. Mas penso que a maior urgência, que na verdade é uma causa permanente, é a luta contra a ignorância e a alienação. Entender as raízes históricas da produção da ignorância e os mecanismos atuais que a promovem, porque sem isso não conseguimos combatê-la. Isso implica tentar compreender por que as pessoas acreditam no que acreditam, por que dão credibilidade ao que é comprovadamente falso. Por que os argumentos são ineficazes diante das convicções e das crenças. E como chegamos a esse ponto em que o chão comum que permitia um mínimo de acordo para o estabelecimento de algum diálogo se rompeu e vem abrindo caminho ao recrudescimento do fascismo pelo mundo.

São questões que se refletem diretamente na condução de pesquisas sobre educação para a mídia e sobre a produção do discurso jornalístico voltado para o esclarecimento.

No meu livro eu afirmo que é preciso fazer secar a fonte mais importante da produção da ignorância: regular as plataformas, impedir que programem algoritmos não só viciantes, mas voltados para favorecer a disseminação da desinformação e do discurso de ódio. Digo que é a principal luta política de nosso tempo, porque dela dependem todas as outras: se, além de estimularem a inundação das redes com falsidades e agressões, os algoritmos bloqueiam ou limitam o alcance de mensagens à contracorrente, temos muito pouca possibilidade de tomar consciência do que se passa no mundo, para tentar formar opinião a partir do confronto de argumentos e agir em consequência.

Reconheço que é uma tarefa imensamente difícil, dado o poder que as *big techs* concentraram, mas é inescapável, é uma luta política fundamental e o meio acadêmico precisa contribuir para isso.

L. MORAIS: *No livro você compartilha sua preocupação com as gerações mais jovens, cada vez mais viciadas no uso do celular, e nem sempre cientes do quanto têm seus hábitos e dados manipulados pelas grandes plataformas. Que tipo de estratégias a sociedade pode desenvolver para comunicar para este público os riscos representados hoje por essas empresas?*

S. MORETZSOHN: Se a “sociedade” – isto é, a maioria das pessoas – estiver também viciada, não há muito o que fazer. Mas eu vejo muita gente qualificada empenhada nisso, tentando utilizar seu prestígio nas redes para alertar para esse



problema. São muitos os riscos envolvidos, desde o mais óbvio, o da captura dos dados – que as pessoas tendem a desconsiderar, naturalizando uma situação que é aberrante, com consequências gravíssimas, mas que não são vistas assim – até o dos transtornos mentais, passando pela indução a comportamentos deletérios e perversos e pela doutrinação fascistizante.

Mas essa tentativa de esclarecimento esbarra na própria estrutura algorítmica definida pelas plataformas, não é? Por isso é tão difícil. Por isso a regulação é tão importante: porque estabeleceria limites para a influência dessas plataformas e permitiria a circulação de informações críticas ao que ocorre nesse ambiente. E impediria, ou dificultaria muito, a prática do que há de mais nefasto nesse meio.

A minha preocupação maior é com as consequências do uso contínuo do celular, e o recurso sistemático, quase automático, à IA por crianças e adolescentes. Peço licença para reproduzir aqui a parte final do artigo que escrevi para o jornal eletrônico SinalAberto, de Coimbra, em agosto deste ano, e que destaca uma intervenção do pediatra Daniel Becker, um dos que mais enfaticamente alertam para os riscos do vício nessa tecnologia por crianças e adolescentes, cujo cérebro ainda está em formação:

“Diferentemente do que alguns classificam como ‘sedentarismo cognitivo’ – a situação em que um adulto delega à máquina uma tarefa intelectual e abre mão de exercitar o pensamento, o que não deixa de ter consequências nefastas –, Becker aplica a definição de ‘deficiente cognitivo’ às crianças e adolescentes nessa condição, porque significa a impossibilidade do desenvolvimento das redes neurais que os habilitarão, no futuro, à capacidade de pensar, de argumentar, de imaginar, de projetar, de resolver problemas no mundo do trabalho e da vida cotidiana.

‘Deficientes cognitivos’ seria uma expressão elegante para ‘zumbis’.

‘Nós estamos permitindo que nossos adolescentes deixem de exercer tarefas absolutamente cruciais para a formação do seu cérebro. Isso é muito grave’, diz o pediatra. ‘Se as redes sociais já estão provocando uma perda cognitiva importantíssima por causa da deficiência da atenção, que fica toda fragmentada pelos vídeos curtos, conteúdos sem sentido, por notificações que interrompem a gente o tempo todo, além da doença mental, além de todos os transtornos ideológicos e mentais que estão arrasando com os nossos adolescentes, a IA está chegando para piorar a coisa. Vamos entender que é importante que uma criança e um adolescente



desenvolvam suas capacidades físicas, mentais, emocionais, interpessoais, antes de entrar em contato com esse tipo de tecnologia’.

O apelo é enfático, mas fica circunscrito a pais e responsáveis. Isso não apenas é insuficiente como impraticável: é claro que os adultos têm de zelar pela formação de seus filhos e dependentes, mas podem muito pouco diante dessa avalanche. Num artigo publicado na *Folha de S.Paulo* em fevereiro deste ano, sobre o vício dos adolescentes na plataforma Roblox, o jornalista Daniel Mariani citou a professora Gaia Bernstein, autora de *Unwired – gaining control over addictive technologies*, para sustentar seu argumento: a insistência na responsabilidade individual dos usuários ignora as assimetrias de poder.

Não se pode jogar no colo das pessoas uma tarefa que elas não têm capacidade de cumprir. O fundamental é alertá-las para as consequências trágicas que o desenvolvimento dessa tecnologia, sem controle, ou melhor, sob o controle exclusivo dos executivos que investem nelas, pode trazer. E mobilizá-las para que exijam regulação e critérios éticos para esse desenvolvimento.

A agressiva propaganda dessa tecnologia nos bombardeia incessantemente com a ameaça de que, se não aderirmos a ela, se não nos qualificarmos para utilizá-la – como se pudéssemos ter controle sobre ela, como se não fôssemos nós a ser permanentemente controlados e a alimentá-la com nossa interação e fornecimento de dados –, ficaremos irremediavelmente para trás.

Ora, para trás estamos ficando, mesmo os adultos que progressivamente delegam tarefas intelectuais a robôs. E para trás ficaremos, como espécie, se as novas gerações forem de tal maneira deformadas.

Venho insistindo em que esta é a principal e mais urgente luta política de nosso tempo. Incomensuravelmente difícil, diante do poder das grandes corporações que dominam e desenvolvem essa tecnologia. Mas inescapável, e urgentíssima.

T. RIOS: *As coberturas jornalísticas da grande mídia sobre operações policiais no Rio de Janeiro são desinformativas quando priorizam apenas as fontes oficiais, ignoram as vivências dos moradores de favela e não contestam violações de direitos sofridas e os descumprimentos da ADPF 635 [conhecida como a ADPF das favelas, que estabelece restrições à realização de operações policiais nessas comunidades], por exemplo. Você considera que essa parcialidade da mídia hegemônica contribui*



para a desinformação? Até que ponto omitir e não trazer essas apurações pode contribuir para a criminalização dos marginalizados?

S. MORETZSOHN: Sim, claro que contribui para desinformar, porque contribui para consolidar o senso comum sobre o que é o crime e quem é o criminoso, e a associá-lo à população socialmente marginalizada. Há inúmeros estudos sobre mídia e criminologia que mostram o papel ideológico que a imprensa exerceu e continua a exercer para alimentar essa convicção, que resulta no reiterado apoio a políticas de “lei e ordem”, de endurecimento penal e encarceramento em massa, vistos como solução “imediata” para o que genericamente se chama de “violência”. Que, naturalmente, é produzida pelos marginalizados: a polícia apenas reage “à injusta agressão”.

Mas não é difícil entender por que as empresas de mídia atuam assim: como parte fundamental do sistema de reprodução do capital, como aparelho privado de hegemonia, historicamente tratam dessa forma a questão social.

Eu mesma me dediquei durante muitos anos a esses estudos, procurando demonstrar o papel do jornalismo nas políticas de exclusão social no Rio de Janeiro. Uma de minhas referências fundamentais foi o jurista Nilo Batista, que apontava o vínculo “incondicionalmente legitimante” entre mídia e sistema penal, considerando a mídia como parte do “empreendimento neoliberal”, envolvida na exploração dos “bons negócios das telecomunicações” e das finanças.

Cito sempre um trecho do artigo que ele publicou no início do século na revista *Discursos Sediciosos*, que ele dirigia, sobre “Mídia e sistema penal no capitalismo tardio”, para esclarecer por que o neoliberalismo precisa do sistema penal:

“O empreendimento neoliberal, capaz de destruir parques industriais nacionais inteiros, com consequentes taxas alarmantes de desemprego; capaz de ‘flexibilizar’ direitos trabalhistas, com a inevitável criação de subempregos; capaz de, tomando a insegurança econômica como princípio doutrinário, restringir aposentadoria e auxílios previdenciários; capaz de, em nome da competitividade, aniquilar procedimentos subsidiados sem considerar o custo social de seus escombros, o empreendimento neoliberal precisa de um poder punitivo onipresente e capilarizado, para o controle penal dos contingentes humanos que ele mesmo marginaliza.”

Também por essa época o sociólogo Loïc Wacquant disse, numa entrevista, que “tudo aquilo que rompe o ronron dessa politologia flácida que serve [aos jornalistas] de



instrumento de apreensão da sociedade tem todas as chances de ser percebido como uma agressão ou de simplesmente não ser percebido”. Por isso, não vejo muito como esperar uma mudança de rumo na cobertura policial, que é a lente através da qual a mídia hegemônica vê a população marginalizada.

O que se pode fazer é continuar a denunciar esse viés ideológico do noticiário e, em paralelo, investir em meios próprios e alternativos de comunicação, como faz, por exemplo, há muitos anos, o Observatório de Favelas. Sempre serão iniciativas à contracorrente e, por isso, incapazes de fazer frente aos grandes grupos de comunicação, mas precisam existir como forma de se contrapor ao discurso hegemônico e como elemento aglutinador das demandas e da afirmação política dessa população.

Referências

BATISTA, Nilo. Mídia e sistema penal no capitalismo tardio. *Discursos Sediciosos: Crime, Direito e Sociedade* n. 12, 2002.

LISBOA, Sílvia. *Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência*. 2012. 140 p. Dissertação (Mestrado no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*, Brasília/DF, v. 11, n. 2. p. 10-29, 2015.

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, n. 1, v. 14, p. 51-62, 2017.

CRAWFORD, Kate. Kate Crawford: “Estamos injetando nos algoritmos as nossas limitações, a nossa forma de marginalizar”. [Entrevista cedida a] Ana Torres Menárguez. *El País*, 20 jun. 2018. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/19/actualidad/1529412066_076564.html. Acesso em 20 ago. 2026.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. A pegadinha do professor, a IA e a gestação de uma geração de zumbis. *Sinal Aberto*, 3 ago. 2026. Disponível em: <https://sinalaberto.pt/a-pegadinha-do-professor-a-ia-e-a-gestacao-de-uma-geracao-de-zumbis/>. Acesso em 10 ago. 2026.

MARIANI, Daniel. Feito para viciar, Roblox tem lógica de cassino e vira caça-níquel para crianças. *Folha de S. Paulo*, 8 fev. 2025.



ORESQUES, Naomi; CONWAY, Erik M. *Mercadores da dúvida: como um pequeno grupo de cientistas distorceu fatos que vão do tabagismo às mudanças climáticas*. São Paulo: Quina, 2025.

SAGAN, Carl. *O mundo assombrado pelos demônios. A ciência como uma vela no escuro*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

VIEIRA PINTO, Álvaro. *O conceito de tecnologia*. Rio de Janeiro, Contraponto, 2005.

WACQUANT, Loïc. Punir os pobres. A nova gestão da miséria nos Estados Unidos. Rio de Janeiro: Instituto Carioca de Criminologia/Freitas Bastos, 2003, p. 145.



Esta é uma ENTREVISTA publicada em acesso aberto (Open Access) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.