

A INTERNET E A NOVA ORDEM DA VERDADE

Fernando Figueiredo Strongren¹

O mês de novembro de 2020 marcou quatro anos desde que o termo fake news ganhou notoriedade em decorrência de seu uso – e possíveis efeitos - nas eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, marcando o início da chamada Era da Pós-Verdade. Em meio a mais um ciclo eleitoral (nos Estados Unidos e no Brasil) e uma pandemia que assola o mundo, a preocupação com relação às fake news continuam vivam entre políticos, analistas, pesquisadores e a população de modo geral. Ao longo dos últimos quatro anos, governos, instituições e plataformas sociais digitais apresentaram diversas propostas e medidas para combater os efeitos das fake news, mas a dificuldade em definir fake news e compreender a Pós-Verdade como um fenômeno social têm sido a principal dificuldade para o avanço do debate sobre o tema. É nesse âmbito que esta apresentação se insere ao apresentar uma análise do ecossistema mediático buscando identificar de que forma a pós-verdade se consolida como fenômeno social. Partindo da tese de que os meios de comunicação exercem um efeito sobre a organização social, central em correntes da Ecologia dos Meios (Media Ecology) e Teoria dos Meios, iremos analisar quais as características da Internet que modificam a forma como as pessoas se comunicam e organizam, assim como a formação de fluxos de informação, que permitem a emergência da Pós-Verdade. Em um primeiro momento, tomaremos como base os trabalhos de Luiz Claudio Martino e Joshua Meyrowitz para compreender de que modo a informação disponibilizada pelos meios de comunicação são fundamentais para a ação do sujeito sobre o mundo. Em seguida, partilhando da tese de Neil Postman de que os meios de comunicação implicam na nossa compreensão de verdade e no modo como a construímos, iremos apresentar de que forma as características do fluxo de informação organizado na Internet modifica nossa própria concepção de verdade. Nossas análises nos levam, por fim, a uma compreensão da Pós-Verdade, entendida como uma corrupção no processo clássico de coleta, seleção e organização dos fatos utilizados para moldar as crenças sobre a realidade, como um fenômeno decorrente dos impactos do uso da Internet como meio de comunicação na sociedade contemporânea.

¹ Graduado em Filosofia (Unesp) e Jornalismo (USC), mestre em Comunicação (UnB) e doutorando em Comunicação no PósCom/UnB, sob a orientação de João José Curvello. E-mail: f.strongren@yahoo.com.br.

Palavras-chave: Internet; Pós-Verdade; Fake News; Epistemologia.

Referências

- MARTINO, Luiz C.** Contribuições para o estudo dos meios de comunicação. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre - nº 13, dezembro 2000, p.103-114.
- MARTINO, Luiz C.** A atualidade mediática: o conceito e suas dimensões. In.: MARTINO, Luiz C. *Escritos sobre epistemologia da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2017.
- MCINTYRE, Lee.** *Post-truth*. MIT Press, 2018.
- MEYROWITZ, Joshua.** *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press, 1985.
- MEYROWITZ, Joshua.** Medium Theory. In: CROWLEY, David; MITCHELL, David (Orgs.). *Communication Theory Today*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1994, p.50-77.
- POSTMAN, Neil.** *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Penguin, 2006.
- POSTMAN, Neil.** *Technopoly: The surrender of culture to technology*. Vintage, 2011.