



# Dissonância

*revista de teoria crítica*

ISSN: 2594-5025

Instituto de Filosofia e Ciências Humanas

Universidade Estadual de Campinas

[www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/teoriacritica](http://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/teoriacritica)

<b>Título</b>	Adminirável.Mundo.Net: A internet como uma via expressa de desinformação?
<b>Autor</b>	Luciano Floridi
<b>Tradutor</b>	Fernando Bee
<b>Revisor</b>	Raphael Concli
<b>Fonte</b>	<i>Dissonância: Revista de Teoria Crítica</i> , volume 6, Campinas, 2022
<b>Link</b>	<a href="https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/teoriacritica/article/view/4842">https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/teoriacritica/article/view/4842</a>

Formato de citação sugerido:

FLORIDI, Luciano. “Adminirável.Mundo.Net: A internet como uma via expressa de desinformação?” *Dissonância: Revista de Teoria Crítica*, volume 6, Campinas, 2022, p. 502-522.

# ADMINIRÁVEL.MUNDO.NET

A internet como uma via expressa de desinformação?\*

Luciano Floridi

*Traduzido por Fernando Bee e revisado por Raphael Concli*

*“A grande massa de uma nação (...) se tornará mais facilmente vítima de uma grande mentira do que de uma pequena.”*

Adolf Hitler, *Minha Luta* (1925)

*“Eles irão crescer com o que os psicólogos costumam chamar de um ódio ‘instintivo’ de livros e flores. Reflexos condicionados de modo inalterável. Eles estarão a salvo dos livros e da botânica pela vida toda.”*

Aldous Huxley, *Admirável mundo novo* (1932).

---

\*Esta é a versão 3.0 deste artigo. Versões prévias estão disponíveis na Web em <http://www.uni.net/interacta/pub005.htm> e em <http://libertel.montreal.qc.ca:800/info/philosophie/floridi2.htm>. Para a versão 5.1 de ‘The Internet: which future for organised knowledge, Frankstein or Pygmalion?’ [A internet: que futuro para o conhecimento organizado, Frankstein ou Pigmaleão?], ver: <http://www.Stars.com/Spectrum/2/1/-story02.html> (OBS: a URL é sensível a maiúsculas e minúsculas) Várias outras versões em inglês, francês e italiano estão disponíveis em muitos sites. É possível localizá-las com qualquer mecanismo de busca. Para uma cópia em capa dura, veja: *The Eletronic Library*, 1996, vol. 14, nº 1.

## 1. Abertura: o problema

Ninguém duvidaria seriamente de que as mídias de massa [mass media] unidirecionais podem ser instrumentos poderosos de desinformação. A história já testemunhou eventos horríveis demais para continuarmos a nos dar ao luxo de tais especulações fúteis.<sup>1</sup> O que deveríamos fazer em vez disso é voltar a nossa atenção para o admirável mundo novo da internet e perguntar se o problema da desinformação também afligirá logo mais a nova mídia interativa. Suponha que nos anos que virão ainda haverá uma diferença significativa entre as mídias passivas (de uma via, ou “W”) e as interativas (de duas vias, “WW”). A gestão da informação [management of information] online afetará muitos aspectos de nossa vida com uma regularidade crescente<sup>2</sup> e as três questões a seguir se tornarão cruciais:

- (1) A internet também se tornará potencialmente um meio poderoso de desinformação?

---

1 Sites da internet sobre o Holocausto (<http://www.bethel.hampton.k12.va.us/holocaust.html>). Pode ser interessante dar uma olhada no Institute for Historical Review [Instituto para o revisionismo histórico] (<http://www.kaiwan.com:80/~ihrgreg/pamphlets/ihrfacts.html>). ‘Certamente o aspecto mais conhecido e controverso do trabalho do IHR tem sido seu tratamento sobre a questão do Holocausto’ (retirado da página inicial). Simon Wiesenthal Center (<http://www.wiesenthal.com/index.html>): “12 de Janeiro de 1996, o Centro Simon Wiesenthal pede para os provedores de internet adotarem voluntariamente padrões de ética (...) Com o despertar de um número crescente de grupos de ódio organizados que abraçam o racismo, o antissemitismo, a violência e causam tumulto na rede mundial de computadores, o centro Simon Wiesenthal pede que empresas provedoras de serviços de hospedagem de internet adotem voluntariamente diretrizes aceitáveis de uso que terminem os serviços de indivíduos ou grupos que incitem confusão ou violência racista” (retirado da página inicial).

2 Entre os vários websites interessantes que cobrem o tópico de assuntos éticos suscitados pela terceira era da Tecnologia da Informação, ver: <http://www.cms.dmu.ac.uk/CSR>.

Se sim:

- (2) A desinformação gerada via internet será diferente de outras formas de desinformação geradas via mídias impressa e de rádio- e teledifusão?

E, finalmente:

- (3) Se a internet pode se tornar um poderoso meio de desinformação, há algo que possa ser feito para evitar esse problema particular ou solucioná-lo?

A minha impressão é que cada uma dessas questões pode ser respondida afirmativamente. A tarefa desse artigo é tentar explicar o porquê e em que sentido.

## **2. O ponto de partida: de questões a pressupostos**

As três questões indicadas acima pressupõem que:

- (i) A internet é (e será) uma nova mídia de massa; e
- (ii) por causa de (i), a internet não é capaz de evitar o problema da desinformação.

Nós não podemos endossar (i) sem a ressalva que, espero, alcançará seu significado pleno na seção 6: na verdade, hoje em dia a internet é um instrumento de informação e comunicação só entre uma elite sociocultural de poucos milhões de pessoas e, portanto, é melhor descrita como uma mídia de *grupo* do que

uma mídia de *massa*.<sup>3</sup> E nós não podemos aceitar (ii) a menos que primeiro respondamos duas outras questões:

- (4) o que nós queremos dizer com o problema da desinformação?
- (5) toda mídia de massa – e por isso também a internet – está destinada a enfrentá-lo?

Lidemos com a questão (4) primeiro.

### 3. Um passo para trás: seis formas de desinformação

A desinformação surge sempre que o processo de informação é defeituoso. Isso pode acontecer por causa de:

- (a) uma *falta de objetividade*, como o caso da *propaganda*;<sup>4</sup>
- (b) uma *falta de completude*, como no caso de uma *damnatio memoriae*;

---

3 CNN (<http://www.cnn.com>) *The Internet: Will it last or fade into the past?* [A internet: irá durar ou desaparecer no passado?] - 14 de janeiro de 1996: “Uma pesquisa recente identificou 9,5 milhões de pessoas nos Estados Unidos que ficam logadas online uma média de seis horas e meia por semana. O número é muito menor do que o de um estudo do último verão que contou mais de 2 milhões de usuários de internet.” Para mais detalhes, ver: *CommerceNet/Nielsen Internet Demographics Survey* [Pesquisa demográfica da internet da CommerceNet/Nielsen], baseado em usuários de internet nos EUA e Canadá. O resumo executivo [The executive Summary] tem sido distribuído gratuitamente pela internet na CommerceNet’s (<http://www.commerce.net>) e nos servidores de web da *Nielsen Media Research*. O relatório final está disponível para compra com a CommerceNet (tel: +1 (415) 617 8790; email: [survey@commerce.net](mailto:survey@commerce.net)) and Nielsen Media Research (tel: + 1 (813) 738 3125; email: [interactive@nielsenmedia.com](mailto:interactive@nielsenmedia.com)).

4 *Propaganda on the Internet?* [Propaganda na internet]. Ver [http://www.kosone.com/people/oct/int\\_hate.htm](http://www.kosone.com/people/oct/int_hate.htm)

\*[Nota do tradutor] No Império Romano, a *damnatio memoriae* era um processo de destruição de obras, documentos e arquivos, com a finalidade de alterar ou destruir a representação pública de uma pessoa. Eric R. Verner escreve que “... retratos imperiais não eram nem imutáveis e nem monolíticos. Quando um imperador era deposto, suas imagens eram sistematicamente mutiladas ou alteradas fisicamente para se assemelharem a de outros imperadores. Esse processo, popularmente conhecido como *damnatio*

(c) uma *falta de pluralismo*, como no caso de *censura*.<sup>5</sup>

Cada uma dessas causas pode ser combinada com as outras duas em formas mais complexas e eficientes de desinformação, mas isso não é relevante. Importa mais notar que, ao contrário do que os exemplos parecem sugerir, as formas de desinformação não precisam ser necessariamente *intencionais*. Voltarei a essa qualificação mais adiante. Mas primeiro, vamos nos concentrar na questão (5).

#### **4. Mais um passo para trás: desinformação como um problema endógeno**

Análises anteriores das mídias-W, como jornais, rádio ou televisão, não podem ser meramente estendidas para o novo mundo da comunicação mediada por computador e pelas mídias-WW. Nós não podemos excluir *a priori* a possibilidade de que diferenças técnicas entre as mídias possam dar origem a diferenças na natureza da desinformação que elas possibilitam. Mais precisamente, a desinformação via TV pode ser um fenômeno diferente da desinformação pela internet, assim como as propagandas diferem nessas duas mídias - veremos que de fato é assim. Então, é melhor manter as duas separadas e evitar confusão. Sustento, entretanto, que ainda temos o direito de usar o

---

*memoriae*, é o primeiro exemplo difundido de negação de monumentos artísticos por razões políticas e ideológicas e alterou inexoravelmente o registro material da cultura romana.” Conferir: Varner, E. *Mutilation and Transformation: Damnatio Memoriae and Roman Imperial Portraiture*. Leiden: Koninklijke Brill NV, 2004, p. 1.

5 Conferir: <http://www-swiss.ai.mit.edu/6095/articles/censorship/censorship-in-cyber-space.txt>. Essa é uma transcrição do fórum de censura no ciberespaço da FFE (Feminist for Free Expression) [Feministas para a liberdade de expressão].

mesmo arcabouço conceitual e aplicar o conceito de desinformação também à internet, por conta da seguinte razão: a gestão da informação pode ser afetada por três tipos de problemas (não importa aqui se eles são éticos, legais ou apenas práticos):

- (1) problemas que surgem do que pode ser feito *à* informação ao longo de seu ciclo de vida (criação, armazenamento, coleta, atualização). Aqui encontramos problemas que surgem de possíveis perdas ou danos causados por: vírus de software, fogo, agentes químicos, má alocação; roubo; envelhecimento de uma tecnologia particular; falta de espaço físico ou magnético; necessidade de terceirização; espionagem, hacking ou ataques terroristas e assim por diante;
- (2) problemas que surgem do que pode ser feito *com* a informação. Aqui os exemplos podem ser discrepantes, como chantagem, venda de informações privilegiadas, excesso de informação [infoglut] ou plágio;
- (3) problemas que dizem respeito ao *ciclo de vida* e ao *uso* da informação. Dois casos típicos são a pornografia e a privacidade da comunicação.

A desinformação é causada por alguma forma de mal tratamento da informação: ela pertence ao terceiro grupo e é endógeno a qualquer sistema de gestão da informação (SGI) – da tradição dos manuscritos ao cartão da indexação de uma biblioteca, da publicação de um jornal acadêmico à transmissão de um programa popular de rádio. Agora, considerando que todas as

mídias, de qualquer tipo, são SGI e que a internet é uma mídia, as consequências são as seguintes:

- (a) a internet, representada hoje em dia principalmente pela rede mundial de computadores [*World Wide Web*], não pode evitar o problema da desinformação: não só porque ela é comparável a outras mídias-W ou WW – isso é superficial –, mas sobretudo porque ela é uma instância particular de uma mídia, toda mídia é um SGI e qualquer SGI enfrenta a desinformação pela simples razão de que esses sistemas correm o risco constante de mal tratamento de seus documentos;
- (b) considerando que a desinformação é um problema endógeno de qualquer SGI, no caso da internet ela também pode surgir a qualquer momento: ela não pode ser meramente contornada, mas precisa ser confrontada explicitamente.

## **5. Um passo para o lado: desinformação involuntária**

Dado o contexto da gestão humana de informação, nenhum estágio no processo epistêmico – da criação inicial dos dados ao uso final da informação correspondente – é completamente transparente. Isso implica que um certo grau de desinformação involuntária (falta de objetividade, completude e pluralismo) pode ocorrer em qualquer SGI - com uma diferença que fornece uma primeira resposta à questão (2): com o consumo passivo das mídias de massa, o principal problema é o da *criação não premeditada de desinformação*. Sempre que a informação

passa do emissor [sender] ao receptor [receiver], ela corre o risco de ser corrompida ou mutilada. Pode-se pensar no equívoco de um copista medieval ou no tempo limitado dado por um programa de TV a um evento particular. No caso da internet, a facilidade e a velocidade crescentes com as quais documentos mono- ou multimídia podem ser criados, manipulados, reproduzidos e distribuídos torna o problema da *difusão involuntária de desinformação* mais grave. Um bom exemplo é a mensagem de um pretenso vírus chamado “Good Times” [Bons tempos], que continua aparecendo com frequência em muitas listas de e-mail. É uma farsa, mas usuários preocupados demais ou desatentos continuam a encaminhá-la tão facilmente que tem sido impossível reduzir a difusão dessa desinformação particular por mais de dois anos até o momento.<sup>6</sup> É por essa razão que com frequência cada vez maior listas de e-mails, que são sensíveis à desinformação, incluem automaticamente mensagens de isenção de responsabilidade [disclaimer], especificando, por exemplo, que “NOVOS COMUNICADOS DA LISTA são editados a partir de informações fornecidas por quem as submeteu originalmente. Nós NÃO verificamos a precisão técnica nem quaisquer afirmações feitas nos comunicados e nem necessariamente concorda-

---

6 Ver: <http://nethelp.tamu.edu/~swood/GoodTimes-HoaxFAQ.html>; <http://www.tcp-co.uk/tcp/good.times.html>; ou <http://www.informatik.uni-trier.de/~bern/GoodTimes-Hoax/>. Sobre o risco de aumentar a desinformação com alertas falsos repetitivos (des-sensibilização, como na famosa fábula do “o menino e o lobo”) ver: “Rapid dissemination of half-truths, lies and disinformation” [Disseminação rápida de meias verdades, mentiras e desinformação], publicado em *The Risks Digest*, 11.41 Segunda, 8 de Abril de 1991 por J. E. Oberg (e-mail: [ph461a04@vax1.umkc.edu](mailto:ph461a04@vax1.umkc.edu)), disponível em <http://catless.ncl.ac.uk/Risks/11.41.html#subj4>.

mos com elas. Nós não garantimos quaisquer serviços que podem vir a ser anunciados – use-os por sua conta e risco...”<sup>7</sup>

## **6. De volta ao ponto de partida: Desinformação via Internet hoje em dia**

Tendo lidado com formas não premeditadas de desinformação, vamos nos concentrar agora na desinformação voluntária. Nossa primeira questão era se a internet também se tornará um meio poderoso de desinformação. Devemos distinguir dois pontos de vista sobre o tema. Apesar de alguns casos claros de desinformação,<sup>8</sup> no momento não parece haver razões para preocupação. A internet ainda não nos forneceu um meio poderoso de desinformação, especialmente se interpretarmos o adjetivo “poderoso” em relação ao que a mídia unidirecional já nos permite fazer. Mas as coisas podem ser bastante diferentes se considerarmos o que pode vir a acontecer durante a primeira década do próximo milênio.

Um sistema de gestão de informação e comunicação pode gerar desinformação com eficiência crescente quanto mais ele cumprir as três condições a seguir:

- (a.1) se ocorrer uma dicotomia entre o emissor, que possui e fornece a informação, e o receptor, que não a tem. Notemos que, dada essa brecha, será mais fácil que

---

7 Essa isenção de responsabilidade vem da lista filosófica *philos-l@liverpool.ac.uk*.

8 Para uma coleção de links sobre o problema da desinformação pela internet e a qualidade da informação na Web, ver as *Páginas de desinformação* [Disinformation Pages], de Robert Stepno e Paul Jones, em <http://blake.oit.unc.edu/~rbstepno/disinfo.html>.

ocorra desinformação quanto mais sua fonte gozar de autoridade, influência e credibilidade<sup>9</sup> e quanto mais ingênua for a população que ela tem como alvo.

- (a.2) quanto mais fácil for, do lado do emissor, censurar (isto é, se livrar e suprimir) outras fontes de de-desinformação [de-disinformation] (negações, corrigenda e addenda);
- (a.3) quanto mais difícil for, do lado do receptor, controlar o nível de objetividade, completude e pluralismo de informação.

Quanto melhor essas três condições de *ignorância*, *coerção* e *impotência* forem preenchidas, mais poderosa uma mídia de massa pode se tornar em termos de produzir desinformação. Agora, ainda que em níveis diferentes, há muitos casos nos quais as mídias de massa unidirecionais têm sido capazes de satisfazer essas três condições muito bem. Mas isso ainda não vale para a internet por três razões correspondentes:

- (b.1) *um pequeno grau de desequilíbrio* que existe hoje entre os provedores e os usuários de informação. Isso se deve a dois fatores. Um é contingente: a internet é usada efetivamente por uma elite sociocultural cujos membros achariam mais difícil desinformar um ao

---

<sup>9</sup> Para uma seleção divertida de exemplos críveis de desinformação, ver *Great Quotes from Great Sceptics* [Grandes frases de grandes céticos], <http://www.athenet.net/~jindsay/SkepticQuotes.html>. Todas as frases vêm de *The Experts Speak: The Definitive Compendium of Authoritative Misinformation* [Os especialistas falam: o compêndio definitivo de informações falsas com autoridade]. Aqui está uma de um colega prestigioso: “Quando a Exposição de Paris acabar, a luz elétrica irá junto com ela e nada mais ouviremos sobre ela,” Erasmus Wilson (1878), Professor da Universidade de Oxford.

outro porque, em grande medida, essa também é uma elite instruída, que pode manter a vida e o fluxo da informação sob controle. O outro é necessário: a internet é interativa e, quando comparada a outras mídias de massa, muito mais barata. Esses dois fatores têm como resultado que, ao contrário do que acontece no caso das mídias passivas, a relação entre provedor e usuário é *intercambiável* e *pode* (embora não precise) ser *direta*: todo usuário pode se tornar um provedor de informação (basta um BBS [bulletin board system] ou uma página na web), e a transação entre um provedor e um usuário de informações não precisa necessariamente de um intermediário. Se deixarmos de lado a necessidade cada vez maior de delegar a certificação da qualidade das informações trocadas para organizações de vários tipos (bibliotecas, universidades, editoras, instituições públicas, organizações internacionais, empresas privadas e assim por diante), o crescimento da pluralidade de fontes irá melhorar a produção em massa de informação, a qual, por sua vez, deve ampliar o uso correto (isto é, não desinformativo) da informação. Em suma, com certeza é verdade que as chances de disseminação de desinformação bem sucedidas diminuem com o aumento do número de *provedores-usuários* [*provusers*] de informação. O problema é que essa é somente metade da história - em breve veremos que a questão é um pouco mais complexa.

- (b.2) *dificuldade de censura*. Quanto mais ampla a pluralidade de informação, menores os riscos de desinformação. Uma condição necessária para a pluralidade de informação é a existência de uma variedade de provedores. A variedade de provedores é confrontada por grupos monopolistas principalmente por razões econômicas (e esses grupos monopolistas, por sua vez, se contrapõem às legislações antitruste, principalmente por razões políticas), enquanto isso, por outro lado, a variedade é promovida pelo aumento de diferentes tipos de mídias de massa. Nós assumimos que a internet é pelo menos uma nova mídia de grupo. Isso significa que seu crescimento, junto a outras mídias passivas, tem aumentado potencialmente a pluralidade de informação e, com isso, reduzido o risco de desinformação.
- (b.3) *facilidade de controle*. Interatividade também significa uma abertura dos sistemas de informação que se esforçam para se tornarem constantemente disponíveis e de forma acessível para o maior número possível de pessoas. É certo que isso implica em maiores dificuldades para aqueles que querem propagar desinformação com eficiência.

Em suma: considerando que a internet é atualmente uma mídia interativa de grupo usada por uma elite restrita, capaz em grande medida de controlar o mundo da informação, ela também é um instrumento muito menos eficiente de desinformação do que qualquer outra mídia de massa unidirecional.

## **7. Um passo em direção ao futuro: quando a desinformação massiva será possível através da internet**

Infelizmente as coisas podem se tornar mais problemáticas no futuro por razões ligadas a duas variáveis: o número de provedores-usuários e a integração física das várias mídias de massa em um único instrumento digital; – e um fator constante, representado pela tecnologia interativa. As três razões podem ser apresentadas esquematicamente assim:

- (c.1) Haverá o retorno de *uma certa diferença entre provedores de informação e usuários de informação*. Isso se deve a um aumento no número de provedores-usuários, que já está causando uma nova fragmentação da *ágora* eletrônica. Há um “limite fisiológico” à globalidade da informação interativa e a internet o alcançou em 1994. Para dar um exemplo, hoje em dia ninguém seria capaz de controlar ou mesmo apenas participar das milhares de listas eletrônicas ativas ao redor do mundo. Atualmente, a fragmentação da sociedade de provedores-usuários em um mosaico de grupos de interesse implica o reaparecimento, em escala horizontal, como era antes, da dicotomia entre provedor e usuário de informação e, com isso, um novo aumento das possibilidades de desinformação – um aumento no número de tentativas de produzir desinformação por meio da rede. Quanto mais pessoas estiverem online, se torna mais provável que algumas delas terão o desejo e as capacidades técnicas (interação em massa) de desinformar em uma escala internacional com algum sucesso – a desin-

formação através da internet se torna mais interessante. Logo, o número de pessoas na internet será grande o suficiente para justificar o esforço necessário para desinformá-las, exatamente da mesma maneira que o crescimento do número de provedores-usuários atrairá cada vez mais a atenção das empresas de publicidade;<sup>10</sup>

(c.2) *integração digital*.<sup>11</sup> Na medida em que o processo de integração e harmonização digital de várias mídias de massa for bem-sucedido em derrubar as barreiras tecnológicas ainda existentes entre elas, isso também enfraquecerá as vantagens que decorrem da pluralidade de mídias de massa e, conseqüentemente, da pluralidade de informação. Desta forma, aumentarão os riscos conectados ao surgimento de monopólios, os quais, por sua vez, facilitarão potencialmente a disseminação de desinformação;

---

10 Página inicial da *Federal Trade Commission* [Comissão Federal do Comércio] (<http://www.ftc.gov/>). Ver o artigo sobre “Rule banning deceptive, abusive telemarketing” [O banimento legal de telemarketing enganoso e abusivo] e “Online scams: road hazards on the information superhighway” [Golpes online: perigos na via expressa da informação] do qual a citação a seguir foi retirada: “O ciberespaço se tornou uma nova fronteira para os artistas de fraudes. Os golpes não são novos, somente as mídias. Vendedores fraudulentos usam serviços de computador para promover esquemas familiares, como ofertas falsas de ações, oportunidades de investimentos em alta tecnologia e serviços de recuperação de crédito. Trate todos os anúncios ou postulantes a anúncios com ceticismo e nunca tome uma decisão de investimento ou compre algo relacionado à saúde baseado apenas em informações obtidas a partir de uma única fonte em qualquer mídia que seja – impressa, de difusão ou online.”

11 Não digo “unificação” porque acredito que nenhuma unificação digital completa das mídias de massa será alcançada no futuro, mas deixo a discussão desse ponto para outro artigo.

(c.3) *o desenvolvimento da interatividade*. As mídias de massa interativas podem dar origem a autodesinformação, isto é, a uma nova forma de desinformação pessoal, que até então tem permanecido em grande medida como um problema em potencial. Essa é uma segunda maneira pela qual a desinformação gerada através das mídias-WW difere da desinformação gerada através das mídias-W (ver questão (2)). Hoje em dia estamos sujeitos a um amplo leque de informações, gostando ou não. Normalmente, absorvemos de uma maneira passiva blocos um tanto quanto extensos de informações prontas para consumo: um livro inteiro, um jornal, um periódico, um programa inteiro de rádio, todas as notícias na TV, uma sessão de cinema e assim por diante. E ainda que a transformação das mídias de massa em mídias interativas contribua em alguma medida para resolver esse problema, ela dá origem a novos riscos. Logo seremos capazes de personalizar a informação que precisamos ou queremos usar, filtrando-a e ajustando-a de acordo com nossos gostos (*informação sob medida*). Isso significa que haverá a possibilidade de ouvir somente as poucas fontes que escolhermos de acordo com nossas preferências, sobre um número limitado de tópicos, e com uma perspectiva muito específica de interpretação; mas nós correremos riscos muito maiores de desinformação dentro desses confortáveis nichos de dados do que correm aquelas pessoas que hoje em dia leem somente o jornal de seu

próprio partido político. Acreditando estar mais e melhor informados, nós seremos cada vez mais condicionados por nossas próprias idiosincrasias.

## 8. *Finale allegro ma non troppo* [Final feliz, mas não muito]: três coisas que podem ser feitas

Os riscos que acabei de analisar são somente três possibilidades que devem ser contrabalanceadas com os três pontos que levantei anteriormente a favor de um uso não desinformativo da internet. Por exemplo, a interatividade permanecerá sempre um caminho mais fácil e mais democrático de exercitar formas de de-desinformação (ao menos enquanto os desejos de Harry forem satisfeitos<sup>12</sup>). Mas mesmo se limitarmos nossa atenção somente aos problemas e à nossa terceira questão, acredito que

---

12 A passagem a seguir fornece informações que suponho que os funcionários da CNN não queriam disponibilizar. A linha com a vontade de Harry não aparece na tela, mas é baixada pelo Netscape e aparece no arquivo:

```
>CNN – Nova pesquisa descobre que o uso da internet está crescendo – 13 de Janeiro de 1996
>http://www.cnn.com/TECH/9601/internetuse/index.html [...]
><!-----NÃO REMOVA OS COMENTÁRIOS – Harry os quer em todas as histórias----->
><BR CLEAR=ALL><HR WIDTH=40%>
><H3>Comentários</H3>
><ul>
><li><A HREF="feedback/index.html">Nos envie</a> seus comentários - <A HREF="/feedback/comments.html"> Respostas selecionadas</A> são postadas diariamente.
></ul>
><!----->
```

Obviamente a indicação para não remover os comentários não era para ser autorreferencial.

será possível enfrentá-los com sucesso se as estratégias a seguir forem adotadas.

#### *d.1. Certificação de qualidade*

A falta de equilíbrio entre o que está sendo disponibilizado online e o que pode ser examinado por cada provedor-usuário nos traz ao problema de estabelecer serviços capazes de testar e certificar a integridade e a qualidade da informação em questão e promover a sua pluralidade. Já me detive sobre esse ponto em outro artigo e aqui me limitarei a repetir as conclusões que alcancei nesse outro texto.<sup>13</sup> O problema da desinformação pode ser resolvido, pelo menos parcialmente, se contarmos com a natureza interativa da nova mídia, mas isso só será possível se forem implementados instrumentos eficientes para monitorar as informações disponíveis e então assegurar:

- (1) a confiabilidade, a integridade e a pluralidade das informações digitais;<sup>14</sup>

---

13 Veja meu artigo “The Internet: which future for organized knowledge Frankstein ou Pygmalion?” apresentado na primeira conferência internacional promovida pelo fórum de filosofia da UNESCO para celebrar o quinquagésimo aniversário da fundação da organização (de 14 a 17 de Março de 1995, em Paris). Disponível em várias versões na rede: <http://www.hku.hk/cmrr/knowledge.html>, <http://www.ucet.ufl.edu/~true/I101/floridi/>, <http://www.mbnet.mb.ca/cml>, <http://www.nlc-bnc.ca/ifla/pubs/core/udt/visions/floridi.html> e <http://www.napplisci.com/~nas/floridi.html>.

14 Para exemplos de organizações que monitoram as mídias de massa, ver: FAIR – *Fairness & Accuracy In Reporting* (<http://www.igc.apc.org/fair/index.html>), ‘o grupo nacional (EUA) de monitoramento das mídias, que oferece uma análise crítica bem documentada, num esforço de corrigir o enviesamento e o desequilíbrio das mídias [...] FAIR procura revigorar a Primeira Emenda através da defesa de um pluralismo midiático maior e da inclusão de vozes de interesse público nos debates nacionais’ (retirado da página inicial).

- (2) acesso constante ao macrocosmo digital para o maior número de pessoas (direito universal à produção e ao uso de informação);
- (3) um mapa constantemente atualizado do universo digital da informação disponível online.

É somente a partir da perspectiva dessas três tarefas que podemos notar a semelhança e a importância de dois fenômenos recentes. O primeiro é a presença renovada de instituições acadêmicas no campo da gestão da informação, que começaram a trabalhar como centros vitais de produção e avaliação de informações online, mas ainda não como controladores de qualidade. O segundo é o surgimento de serviços comerciais para satisfazer as necessidades epistêmicas dos provedores-usuários: ferramentas de busca, nas quais patrocinadores pagantes anunciam seus produtos ou mostram seus logos, são cada vez mais comuns para ajudar usuários que estão perdidos num oceano de informações e para satisfazer, ao menos em parte, as necessidades desses usuários por uma atualização constante do mapa do espaço digital. O que ainda não foi feito de forma alguma – e essa não é uma tarefa pequena – é uma intervenção na natureza dos documentos disponíveis na internet com o objetivo de garantir a eles o status pleno de informação. Hoje em dia, nenhum jornal, peri-

---

*Media Watchdog* (<http://theory.lcs.mit.edu/~mernst/media/>): “uma coleção de recursos de monitoramento das mídias online, incluindo artigos específicos de crítica das mídias e informações sobre grupos de monitoramento das mídias. A ênfase aqui é na crítica da precisão e na exposição dos vieses das mídias mainstream” (retirado da página inicial).  
 EIC (<http://www.igc.apc.org/eic/aboutEIC.html>): “O centro de informação ambiental é uma organização fundada em Novembro de 1994 para combater as informações falsas [misinformation] sobre o meio ambiente e ajudar a fortalecer o apoio popular à proteção ambiental” (retirado da página inicial).

ódico acadêmico ou programa de notícias traria uma declaração de isenção de responsabilidade da informação que fornecem. A internet ainda não atingiu esse nível mínimo de confiabilidade, como mostra o serviço de web da CNN.<sup>15</sup>

### *d.2. Antitruste*

O melhor remédio diante do processo de integração e harmonização digital de várias mídias de massa é a promoção da pluralidade de informações. A tecnologia já fez a sua contribuição. Hoje, praticamente qualquer pessoa pode se tornar um criador de informação na internet - ao menos em teoria - mas o conflito real ocorrerá no campo dos grandes monopólios, e o que aconteceu nos Estados Unidos em 1995 mostra que os interesses sociais e culturais perderam o primeiro round para os interesses econômicos.

---

15 Esse é o aviso de isenção de responsabilidade que aparece no fim da página comercial do serviço de internet da CNN: “Além dos termos e condições do Acordo do Assinante da CNN *Interactive*, que governa o uso da CNN *Interactive*, informamos que nem a *Cable News Network*, Inc. (‘CNN’) e nem seus afiliados, provedores de informação ou parceiros de conteúdo devem ser responsabilizados, independentemente da causa ou da duração, por quaisquer erros, imprecisões, omissões, ou outros defeitos, imprecisão ou inautenticidade na informação contida no CNN *Interactive*, ou por qualquer atraso ou interrupção na transmissão do mesmo para o usuário, ou por quaisquer reclamações ou perdas que surgirem ou que forem ocasionadas por tal. Nenhuma das partes mencionadas será responsabilizada por quaisquer reclamações ou perdas de terceiros de qualquer natureza, incluindo, mas não limitado a perdas de lucro, danos punitivos ou consequentes. Antes da execução de uma venda de ações, aconselhamos consultar o seu corretor ou representante financeiro para verificar a informação da especificação. A CNN, seus afiliados, provedores de informação ou parceiros de conteúdo não devem ser responsabilizados por decisões de investimento baseadas na informação fornecida. Nem a CNN, nem seus afiliados, provedores de informação ou parceiros de conteúdo asseguram ou garantem a atualidade, a sequência, a precisão ou a completude dessas informações. Ademais, não há nenhuma garantia em relação aos resultados obtidos a partir do uso das informações.”

A primeira parte parece justa, mas e quanto a precisão e a completude?

### *d.3. Educação individual*

A auto-desinformação [Self-disinformation] – ignorar informações ou estar acostumado a saber de coisas somente de uma maneira distorcida – é o caminho mais fácil que a humanidade conhece para sobreviver a pressão diária que a realidade exerce sobre a mente. Por razões principalmente tecnológicas, nossas mídias de massa têm considerado até agora essa antropologia negativa implicitamente e, para citar a famosa passagem de Lucas 14:23, eles têm “forçado-nos a entrar” no mundo da informação. Mas quando os limites tecnológicos desaparecerem, caberá a nós superar nossa inércia mental e adotar, deliberadamente, o *sapere aude* [ousai saber] de Kant e do iluminismo, que hoje se impõe sobre nós a partir de fora. A tecnologia aguça os problemas, mas as questões fundamentais permanecem humanas e sociais. É uma conclusão um tanto trivial, estou ciente, mas será o poder político e a maneira pela qual as novas gerações forem educadas que irão determinar se a interatividade das mídias de massa do futuro será melhor ou pior do que a interatividade das do presente. Não há nada de novo sob o sol, para ficar com as citações bíblicas.<sup>16</sup>

---

16 Esse artigo é uma versão modificada de um texto que apresentei na conferência *Philosophy & Informatics – First Italian Conference on the use of ICT in Philosophy Disciplines* [Primeira conferência italiana sobre o uso de TIC nas disciplinas de Filosofia], promovida pela Associação Filosófica Italiana (Universidade de Roma, “La Sapienza”, de 23 a 24 de Novembro de 1995). Quero agradecer a Bruno Ballardini, Carla Bazzanella e Mario Jori pelos comentários e sugestões feitas às versões anteriores.

*Original: Floridi, Luciano (1996). "Brave.Net.World: the Internet as a disinformation superhighway?" The Electronic Library, Vol. 14 No. 6, pp. 509-514. A tradução foi publicada com a autorização do autor. O tradutor manteve os endereços de sites e de e-mails presentes na publicação original. Muitos deles **não** funcionam mais ou encaminham para páginas diferentes daquelas que encaminhavam em 1996.*

*Publicado em 20/01/2023*