



# ESTADÃO

## Verdades enredadas (uma indústria bilionária)

No ambiente virtual forjado por algumas empresas, mentir compensa, e muito

EUGÊNIO BUCCI\*, O Estado de S.Paulo

30 Março 2017 | 03h00

Porque era sábado de manhã, porque o céu era azul e porque não fazia calor, o morador do Itaim Bibi, em São Paulo, tomou a resolução de sair a pé e comprar um CD para dar de presente a uma amiga que gosta de música. Mas... onde comprar? Ele foi ao Google. Na velocidade da luz, dois endereços se ofereceram na tela. O intrépido habitante do Itaim viu que as lojas ficavam bem perto do seu apartamento e pôs os pés à obra.

Depois de poucos quarteirões, deu com a cara em duas portas esquisitas. Na primeira, funcionava algo como um serviço de design de sobrancelhas (ao menos foi isso que o pedestre acidental registrou do estabelecimento). Na segunda porta, um salão de beleza. Desconcertado, assimilou a sua primeira lição daquele sábado: o Google erra.

O Google não tira da página as lojas que faliram. Seu nome, seus slogans e a foto da fachada continuam lá, em cores vivas, como se essas empresas comerciais já não estivessem mortas e enterradas. Nas redes sociais não é diferente. Os usuários dão “likes” em páginas de gente que morreu faz tempo. A internet é isso, um universo de verdades enredadas e mentiras eletrizantes. “Manchetes” anunciando que o ex-presidente Lula acaba de ser preso na Lava Jato, “denúncias” assegurando que Teori Zavascki morreu num atentado tramado por um petista ou por um militar (os “culpados” se alternam) e “alertas” mandando você, na noite de hoje, deixar o celular desligado e fora do quarto para não “pegar câncer” convivem com toda espécie de ilações estapafúrdias.

Estapafúrdias e de enorme impacto. Donald Trump, por exemplo, insiste em acusar Barack Obama de ter grampeado, enquanto ainda era presidente dos Estados Unidos, os telefones da Trump Tower. O próprio FBI já negou essa possibilidade, mas, a esta altura, não se consegue avaliar direito quantos milhões de americanos tomaram por verdade o despautério sem prova de Donald Trump.

Mentiras desse tipo ficam e frutificam. Para se ter uma ideia, uma pesquisa divulgada no final do ano passado pelo YouGov mostrou que, para 53% dos americanos, a informação de que o Iraque, ainda no tempo de Saddam Hussein, estava fabricando armas químicas de destruição em massa era verdadeira. A informação era falsa, grosseiramente falsa, mas foi com base nela que, em 2003, tropas lideradas pelos Estados Unidos invadiram o Iraque. Somente anos mais tarde os envolvidos naquela guerra, de George W. Bush a Tony Blair, admitiram que a acusação era uma fraude, mas o estrago já tinha sido feito.

E continuou a ser feito. Muita gente apoiou o ataque contra o Iraque porque acreditou nas tais armas químicas e seguiu acreditando. Para muitos, aquela história segue sendo verdadeira. Ou seja, para muita gente, o Iraque mereceu ser invadido daquela forma. Aquela notícia falsa moldou, e continua moldando, a opinião pública americana.

Não que as notícias falsas sejam uma criação da internet. Elas sempre existiram e, desde sempre, vêm provocando perseguições, tragédias e extermínios. Muito antes da invenção do computador, um livro

inteiramente falsificado, Os Protocolos dos Sábios do Sião, desencadeou vagas de antissemitismo pela Europa. Mas há dois dados novos que mudam tudo.

O primeiro tem que ver com a velocidade, a escala, o alcance e a eficácia. Vários levantamentos mostram que as notícias falsas repercutem mais do que as verdadeiras. E mais rapidamente. Em questão de um dia ou dois, uma figura como Trump consegue fazer a metade dos Estados Unidos acreditar que Barack Obama nasceu no Quênia (o que é mentira, não custa avisar; Obama é americano nato).

O segundo dado novo é econômico. Como têm um incomparável poder de sedução e de engajamento, as notícias falsas viraram um negócio lucrativo no chamado ciberespaço. Dentro do ambiente virtual forjado por empresas como o Google, o Facebook, o YouTube e outras, mentir compensa, e muito.

Como a indústria das redes interconectadas remunera aqueles que postam “conteúdos” pelo número de clicks (quanto mais as pessoas acessam uma notícia, seja ela falsa ou verdadeira, mais o autor arrecada), e como a mentira é fácil de produzir (é barata) e desperta o furor das audiências, um dos melhores negócios da atualidade é contar lorotas. Uma redação profissional (seja um bom jornal ou uma boa revista jornalística), se começar a publicar mentiras, vai perder leitores e anunciantes. Com um site desses aí, como os que ajudaram Trump a se eleger, a equação é invertida: quanto mais mentiras publica, mais atrai leitores e anunciantes.

Isso mesmo: atrai anunciantes. Os anúncios também são distribuídos na rede de acordo com o número de clicks. Um anúncio pode ir parar em qualquer lugar da rede desde que haja muitos clicks por lá. Só muito recentemente os anunciantes começaram a reclamar. Alguns não aceitam mais aparecer em sites que fazem discurso de ódio, apologia do terrorismo e difusão de calúnias.

Conseguirão mudar a regra do jogo? É improvável. Ao menos até aqui, a regra tem sido perversa: o mesmo ambiente econômico que vem condenando algumas das boas redações jornalísticas à falência estimula e recompensa muito bem a irresponsabilidade dos que exploram as notícias falsas.

É bom ficar de olho e torcer para que as coisas mudem. De um jeito ou de outro, da próxima vez que o improvável leitor, interessado em comprar um CD, perguntar ao Google onde é que se vende esse tipo de antiguidade tecnológica e der com a cara na porta de um cabeleireiro, lembre-se de que mesmo aquele endereço errado no qual ele clicou rendeu um trocado para alguém. É assim que é. O divórcio traumático entre a ética jornalística e os cifrões da indústria das redes sociais atravessa como navalha esse desencontro inofensivo que qualquer um de nós pode experimentar num sábado de manhã, assim como determina a indústria de inverdades que pavimentam a fisionomia política do mundo.

**\* EUGÊNIO BUCCI É JORNALISTA, PROFESSOR DA ECA-USP**

Mais conteúdo sobre:

- espaço aberto
- EUGÊNIO BUCCI
- jornalismo
- o estado de s. paulo

- CD
- Google
- Lula
- Teori Zavascki
- Donald Trump
- Barack Obama
- FBI
- Iraque
- Saddam Hussein
- Estados Unidos
- George W. Bush
- Europa
- Quênia
- Facebook

Encontrou algum erro? [Entre em contato](#)

**SIGA O ESTADÃO**