

GTX - Crises

## Arte e crise da pós-verdade na rede

Doutoranda Helena Hernández-Acuaviva (UNIVERSIDAD DE SEVILLA)  
Dra. Agda Carvalho (IMT)

### RESUMO

A arte é uma peneira pela qual passam todos os tipos de problemas. As contínuas crises que caracterizam este século XXI assumiram as mais diversas formas, entre elas a proliferação de imagens que se difundem com rapidez através da Internet. Nestes tempos difíceis, nosso objetivo é explorar as possibilidades da arte como meio para comunicar mensagens complexas. A crise da Pós-verdade, causada pela prática da ausência de critério analítico e pela assimilação automática de pressupostos que não chegam a ser verificados mediante fontes confiáveis, tem sido desencadeada pela velocidade que imprime a comunicação online. Neste contexto, pretendemos contribuir para refletir com um olhar globalizado e de como os dispositivos digitais condicionam o imaginário contemporâneo que circula através das redes sociais. Para isso, apoiaremos este artigo no estudo de uma seleção de projetos artísticos que centram os seus discursos em torno do fenômeno das *Fake News* que inunda as redes.

Palavras-chave: Criação artística; Crise da Pós-Verdade; *Fake News*; Redes sociais.

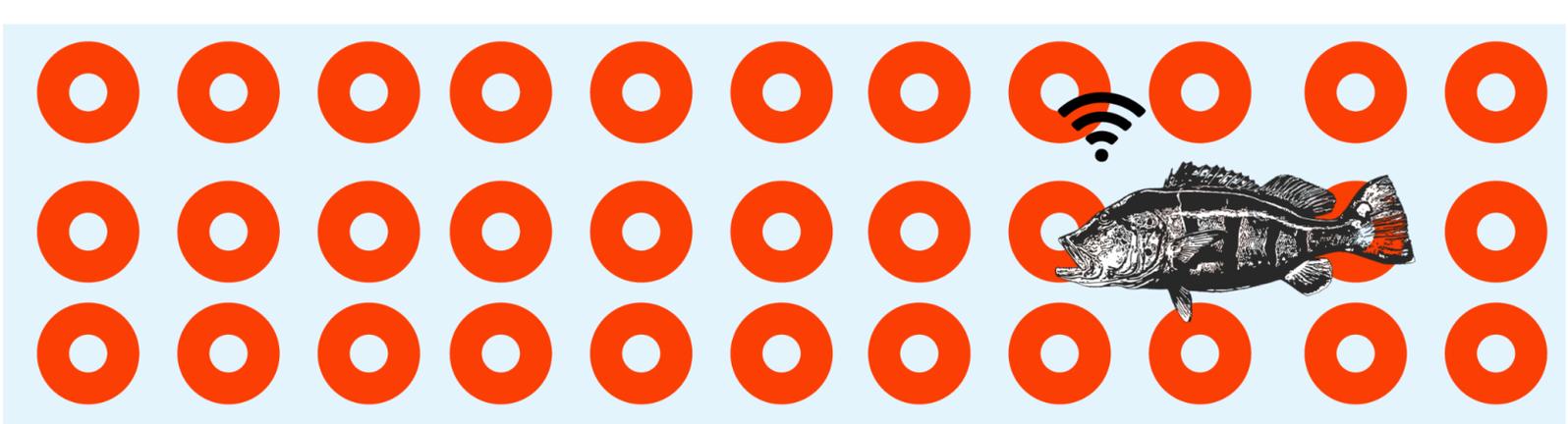
### ABSTRACT

*Art is a sieve through which all kinds of problems pass. The continuous crises that characterize this 21st century have taken the most diverse forms, among them the proliferation of images that spread rapidly through the Internet. In these difficult times, our goal is to explore the possibilities of art as a medium for communicating complex messages. The post-truth crisis, caused by the practice of the absence of analytical criteria and the automatic assimilation of assumptions that cannot be verified by reliable sources, has been triggered by the speed of online communication. In this context, we intend to contribute to reflect, with a globalized look, how digital devices condition the contemporary imaginary that circulates through social networks. To do so, we will support this article in the study of a selection of artistic projects that center their discourses around the phenomenon of Fake News that floods the networks.*

*Key-words: Artistic creation; Fake News; Post-truth Crisis; Social networks.*

### INTRODUÇÃO

Desde o surgimento da Internet e da Web 2.0, em 2004, a arte, sempre aberta a experimentar novas direções, foi forçada a mudar a maneira como é criada, observada e representada. Um desenvolvimento que acompanhou o boom e a proliferação das tecnologias



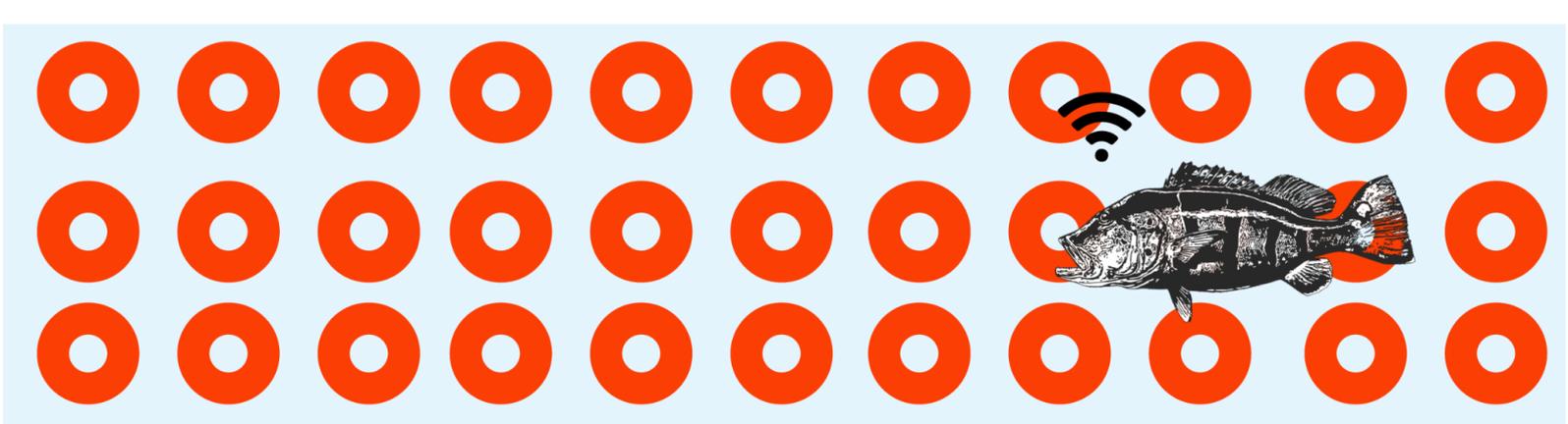
digitais e, por sua vez, a grande capacidade informativa de compartilhamento e interatividade, foi o aumento exponencial das novas mídias nas relações sociais. Atualmente, muitos artistas usam a Internet e o hipertexto como uma forma natural em suas criações.

O surgimento das redes sociais marcou um ponto de inflexão nas relações interpessoais. Nessa época, os usuários que só tinham acesso para consumir informações on-line também se tornaram criadores de novos conteúdos, que, por sua vez, alimentavam o público que habitava o mundo virtual. Esses espaços de compartilhamento foram inicialmente apresentados como locais de liberdade, onde qualquer pessoa poderia expressar suas próprias opiniões, com transparência e sem censura. No entanto, essa intencionalidade libertária se dissolveu gradualmente e se voltou para os interesses de vários poderes à sombra de um mercado.

Com o passar do tempo, gradualmente permitimos que certas imposições se misturassem e/ou se camuflassem entre o uso de aplicativos e sites, como a aceitação, às vezes sem discernimento dos usuários, de políticas de rede e *cookies*. Como resultado, permitimos a exclusão de conteúdo supostamente inadequado e a inspeção aparentemente justificada de nossos espaços pessoais.

Estes direcionamentos alteraram o comportamento do usuário e têm nos guiado o pensamento, na criação de conteúdo e no consumo. Em 1967, Guy Debord, em seu livro *A sociedade do espetáculo* (DEBORD, 2015), já alertava que a noção ilusória de liberdade na qual a sociedade estava imersa logo se tornaria um oceano de imagens e enganos cuidadosamente disfarçados de verdades. O universo virtual da Internet, onde somos uma imagem em potencial, pode ser visto como um espelho ampliado de nosso mundo físico. Acreditamos que essa arte atual tem o potencial de gerar reflexão sobre as questões mencionadas anteriormente. Para explorá-las mais a fundo, examinaremos as estratégias criativas empregadas por artistas que trabalham em ambientes virtuais, especialmente aqueles que usam a tela digital como meio para sua expressão artística.

Nos primeiros anos do século XXI paulatinamente o acesso às redes sociais é difundido e se torna parte integrante das nossas vidas. Desta forma, identificamos o surgimento de três fenômenos que consideramos fundamentais para entender a dinâmica da criação contemporânea,



especialmente no campo da arte digital. Estes fenômenos contemporâneos são: i) a **saturação do eu**; ii) a **velocidade** e iii) a **crise da pós-verdade**, que, neste estudo de caso, está inevitavelmente associada ao *fake* e à **manipulação de imagens digitais**.

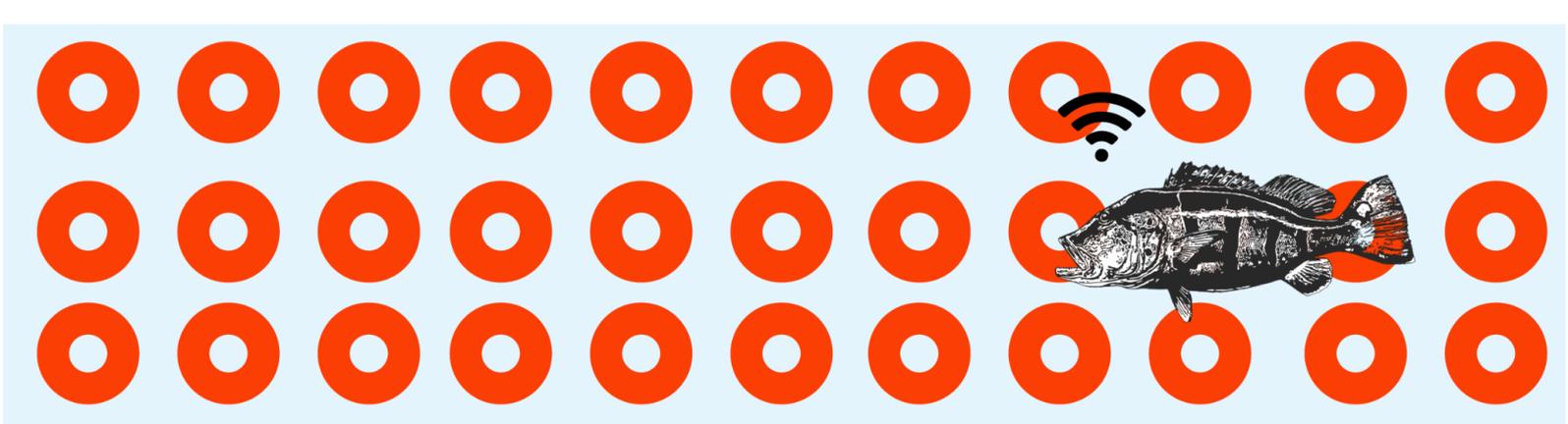
Essas questões são observadas por meio de uma abordagem analítica comparativa, apoiada no estudo de propostas artísticas de criadores que se concentram no **uso de redes sociais e da Internet**. Nesse contexto, será explorada a inevitável relação entre a pós-verdade, o engano e a manipulação de imagens digitais, com ênfase em seu impacto sobre este artigo.

Em resumo, adotamos um olhar reflexivo das práticas criativas e identificamos como elas se adaptaram às novas linguagens da Internet. Em particular, destacamos o papel crucial desempenhado pelos dispositivos digitais e suas funções virtuais no campo da arte para gerenciar, enviar e receber dados.

## CRISE NA ARTE ATUAL: SATURAÇÃO E VELOCIDADE

Desde o surgimento das redes sociais midiáticas, o uso da Internet aumentou consideravelmente. Em 2004, teve início a chamada "segunda era" da Internet ou Web 2.0, com um impacto dramático sobre a maneira como nos comunicamos e interagimos com outras pessoas e dispositivos. Atualmente, estamos imersos em um número tão grande de compromissos sociais on-line que é quase impossível nos separarmos das redes. Além disso, vale a pena observar que a conectividade se tornou muito abundante devido à pandemia da COVID-19. Essa situação levou a um aumento no teletrabalho, nos procedimentos administrativos eletrônicos, nas compras de produtos on-line e nas consultas médicas digitalizadas. Como resultado, nossos papéis sociais se diversificaram significativamente e, conseqüentemente, dependendo da pessoa com quem estamos nos comunicando, somos forçados a adotar uma imagem e uma atitude de resposta específica, dependendo do contexto social. Em outras palavras, estamos diante de uma dinâmica de comunicação desenfreada que exige respostas rápidas adaptadas à pessoa ou ao ambiente do outro lado da tela.

A **superabundância de imagens** que nos cercam, está intimamente ligada ao

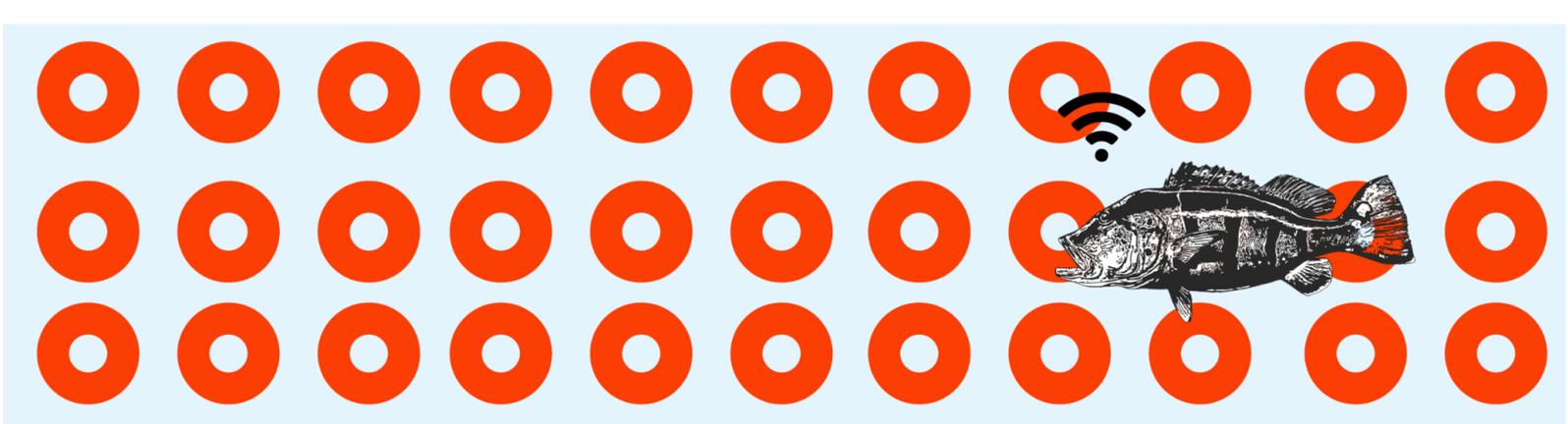


consumismo desenfreado da sociedade contemporânea e, por sua vez, ao constante desejo de possuir e de ser, que nos leva a acumular compulsivamente arquivos de todos os tipos - na nuvem ou nas memórias de nossos dispositivos (*hardware*)-. Esse desejo se origina em uma mentalidade capitalista, que busca obter cada vez mais *likes* e *followers*. Nesse sentido, quando os usuários mergulham no jogo consumista das redes sociais, eles também são atraídos para a dinâmica do mercado, assimilando comportamentos e absorvendo visualidades. Podemos dizer que concordamos com a opinião dos teóricos franceses Gilles Lipovetsky e Jean Serroy em seu livro *A estetização do mundo*: “vivemos no tempo do boom estético sustentado pelo capitalismo do hiperconsumo” (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, p. 40).

O artista em rede, caracterizado por criar uma arte essencialmente imaterial, mutável e colaborativa, também está imerso no vasto mundo da Internet, dominado pela **saturação do eu**, termo já introduzido por Kenneth J. Gergen em 1997, antes do surgimento das redes sociais, em sua obra *The saturated self: Dilemmas of identity in the contemporary world* (GERGEN, 2006).

O criador compete como gerador de imagens com outros perfis criativos, sejam eles profissionais ou amadores. A produção cultural e, portanto, a produção artística na Internet, está intimamente ligada ao conceito do usuário como ‘**prosumer**’ ou ‘**prosumidor**’ (ZAFRA, 2013, p. 124-125), isto é alguém que consome um produto ou serviço e, ao mesmo tempo, participa de sua produção. Além disso, com o surgimento da Web 2.0, as tecnologias digitais vêm proporcionando ao artista um espaço de trabalho mais fácil de usar, intuitivo e acessível. Isso ampliou sua autonomia e permitiu que muitos criativos encontrassem na Internet possibilidades de uso para a produção ou para aprender como atingir seus objetivos de forma amadora. Essa forma de produção representa, de certa forma, uma maneira de desafiar a tendência capitalista predominante.

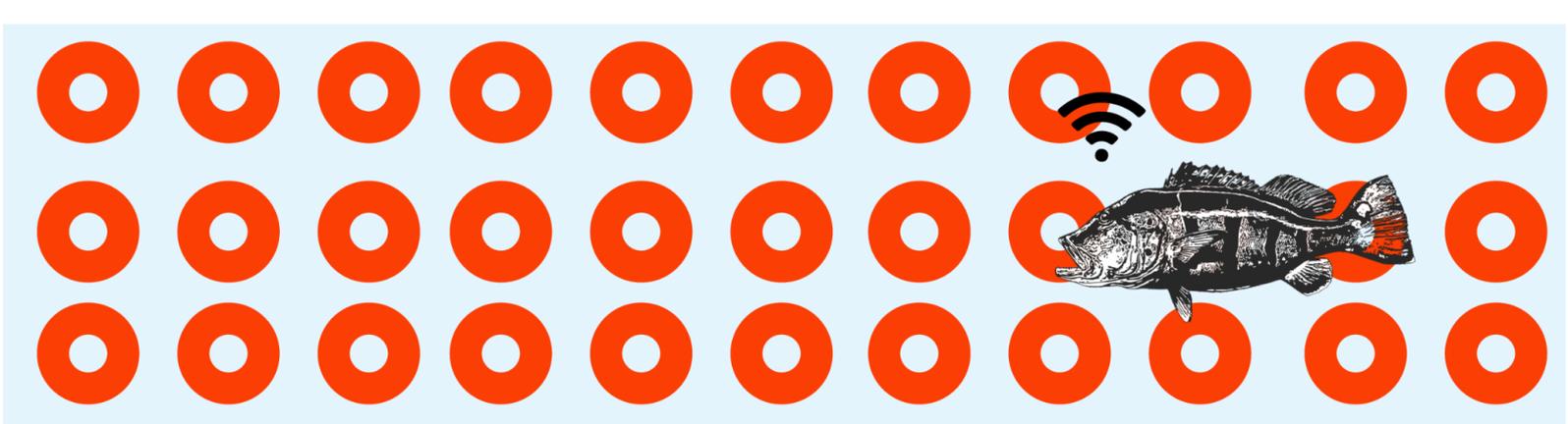
Hoje, muitos artistas utilizam seus perfis nas redes sociais como ferramentas criativas e trabalham com diferentes materiais digitais que nos inspiram a refletir sobre questões complexas do mundo virtual. Entre tantos exemplos, citaremos o coletivo brasileiro de artistas prosumidores dinâmicos nas redes que se autodenominam Saquinho de Lixo (@saquinhodelixo). O coletivo conta hoje com mais de 1,8 milhão de seguidores no Instagram. O potencial artístico desse grupo



é que eles criam *memes* que são previamente discutidos em um grupo de Whatsapp, onde aprovam os formatos de publicação (ROSSI, 2019). Dado que hoje vivemos em uma memecracia, conforme propõe a jornalista espanhola, Delia Rodríguez, onde analisa o que está ao nosso redor e que modificamos com uma certa dose de humor por meio de memes (RODRIGUEZ, 2013). Acreditamos que a produção artística desse coletivo é relevante, uma vez que, além de expandir os limites do Instagram, também funciona como um reflexo de todas as formas prosumer disseminadas na rede e, da mesma forma, mostra a linha tênue que existe entre as relações de produção e consumo (GREFF, 2019).

Além da saturação do eu, há o fenômeno da **velocidade**. A velocidade com que os dados circulam é parcialmente responsável por essa saturação. A velocidade com que as informações invadem a rede está além de nossa capacidade de assimilá-las. Todos os dias, enviamos automaticamente mensagens na forma de GIFs e JPGs sem saber ou refletir profundamente sobre sua origem. Nas mídias sociais, a velocidade com que as informações circulam não nos permite captar a atenção visual. Portanto, o desafio está em garantir que a imagem possua aquele "punctum barthesiano" (BARTHES, 1980) capaz de capturar o olhar, pois tendemos a parar por apenas alguns segundos diante de uma imagem e não muito mais do que alguns minutos diante de um vídeo. Encontrar uma maneira de gravar a imagem em nossa retina e fazê-la se destacar entre tantas outras é um dos principais desafios enfrentados pelos artistas de mídia social. Como aponta o teórico Juan Martín Prada, a arte hoje alude ao "campo de referência ou tema que a caracteriza (a conectividade como elemento articulador essencial dos padrões de vida e experiência em nosso tempo)" (MARTIN, 2017, p.49).

Igualmente, o acúmulo de arquivos que são gerados rapidamente se instala e desorganiza nossas memórias (na nuvem ou em nossos dispositivos), muitos deles apresentados como miniaturas. São imagens que são copiadas, transformadas e multiplicadas sem controle. Arquivos que são comprimidos e descomprimidos, reproduzidos por meio de canais de distribuição digital, misturados e copiados (STEYERL, 2018). Ser artista, neste contexto, e mover-se em um sistema em que a imagem compete ininterruptamente com a próxima imagem - sendo o usuário aquele que cria e reage ao conteúdo, impactando na velocidade do consumo -, em que tudo empolga e

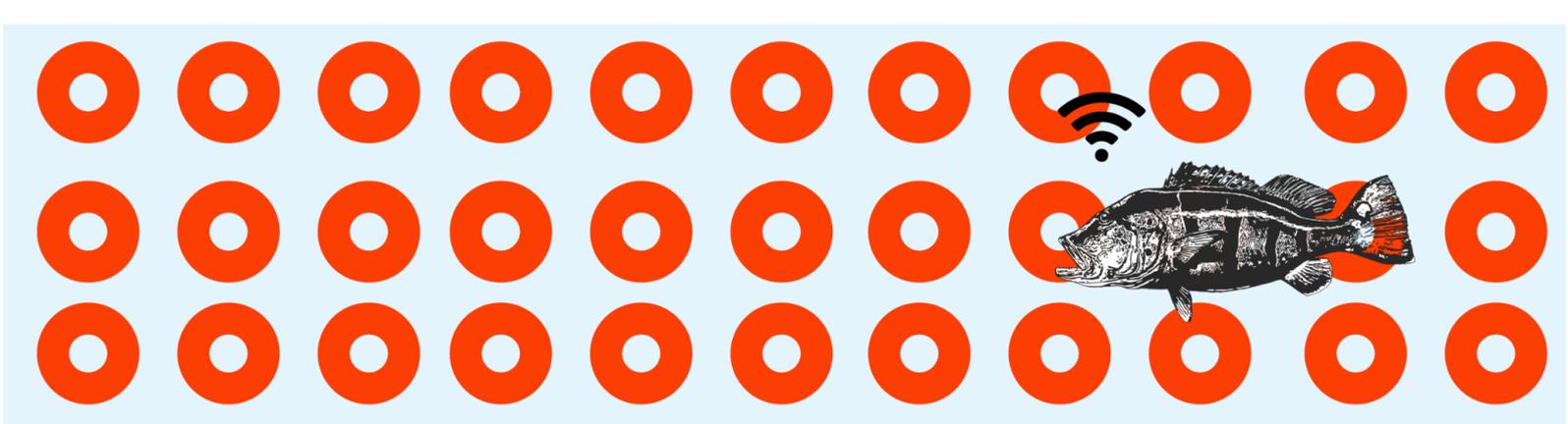


desaparece em um instante é desafiador.

## PÓS-VERDADE NA CRIAÇÃO ON-LINE

A **pós-verdade** é um fenômeno que está claramente ligado à saturação e à velocidade de que falamos anteriormente. O termo pós-verdade, relativamente novo, foi usado pela primeira vez em 1992, em um artigo do famoso roteirista de cinema Steve Tesich, publicado na revista americana *The Nation* (THE FREE LIBRARY). Mas foi somente em 2004 que Ralph Keyes a desenvolveu com mais profundidade em seu livro *The Post-Truth* (KEYES, 2004). A pós-verdade, ou o que é conhecido como mentira emotiva, refere-se à distorção da realidade, às ideias falsas que pretendem se apresentar como boas usando estratégias relacionadas à insinuação, à pressuposição e ao entendimento exagerado, sempre priorizando as emoções e as crenças pessoais em detrimento de dados objetivos e precisos. Trata-se de ideias extraídas de conclusões, mas incorretas, que rapidamente assumimos como verdades absolutas e que geralmente estão fora de contexto, distorcidas e simplificadas. Poderíamos dizer que a pós-verdade é construída como uma ‘verdade pública’ que surge por meio da mídia de massa e se conecta com as emoções e a subjetividade dos usuários. Em outras palavras, a pós-verdade envolve transformar uma mentira em uma verdade aceita.

A pós-verdade é acompanhada pelas ideias de **manipulação e fakes** (LEVI, 2019, p. 23). Nos últimos anos, desde o crescente uso da Internet e desde -em que o usuário muitas vezes, não trata com seriedade e não elabora uma reflexão sobre assuntos complexos. Desta forma, tem-se percebido um aumento exponencial de *fakes* e *fake news*. Essas têm sido incentivadas pela difamação gratuita sofrida pelos perfis nas redes sociais, em muitos momentos, de forma anônima, com ataques diretos a pessoas e instituições que podem até causar a perda de prestígio e credibilidade (MARTIN, 2019). A velocidade com que as informações fluem contribuiu para o encaminhamento de cadeias de ideias falsas ou deturpadas, pois é claramente mais fácil adotar uma mentira que se encaixe em nossas ideias ou nos impressiona positivamente do que buscar a verdade.



O coletivo 01001010111010101101.org, composto por Eva e Franco Mattes, ilustra perfeitamente o uso do engano digital na rede e também o utiliza como uma estratégia criativa, como percebemos em sua obra de arte *No Fun* (<https://01001010111010101101.org/no-fun/>), de 2010. Nessa criação, o público foi essencial, pois, para completá-la, eles precisavam de espectadores do outro lado da tela, conectados a uma rede social de correspondência aleatória chamada Chatroulett. Foi uma performance de *streaming* durante a qual eles simularam o suicídio de Franco, cujo corpo foi visto balançando lentamente pendurado no teto de uma sala. Os artistas documentaram todas as diferentes reações dos utilizadores-voyeurs, que não conseguiam distinguir se a situação apresentada era ficção ou realidade, uma vez que a cena parecia bastante credível para quem estava do outro lado do ecrã. A maioria ficou espantada ou riu-se da cena, enquanto outros simplesmente não mostraram qualquer interesse e alguns até chamaram a polícia. O feedback emocional dos utilizadores que testemunharam esta cena incrível, durante a transmissão em linha, foi fundamental para gerar um sentimento de autenticidade.

Outro bom exemplo de uma falsificação seria o projeto intitulado *National Geographic destapa el fraude de Stonehenge* (Fig. 1), do autor espanhol Antonio Martinez-Ron, exibido na exposição *Fake. No es verdad no es mentira* (FONTCUBERTA, MARZO, 2016) no museu IVAM, em Valência (Espanha). Esse criador divulgou um *hoax*, ou seja, um boato virtual, que repercutiu nas redes sociais e em blogs, com quase 500 referências. Tratava-se da alegação de que a National Geographic estava prestes a descobrir uma fraude histórica, a do monumento megalítico de Stonehenge, no condado de Wiltshire, na Grã-Bretanha. A título de curiosidade, podemos mencionar que a Wikipédia sobre Stonehenge demorou pouco tempo para ser atualizada, citando que o monumento era resultado de uma estratégia de marketing britânica, enciumada com a proeminência dos franceses em termos de descobertas arqueológicas. A National Geographic, por meio de sua conta oficial no Twitter, teve que desmentir publicamente a existência de tal notícia falsa.

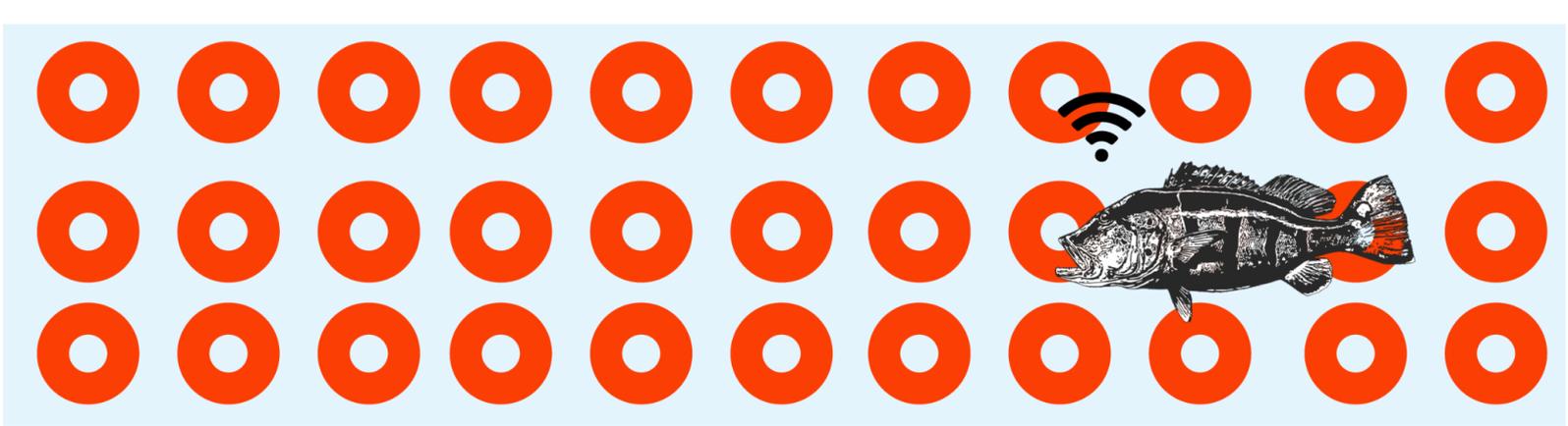


Fig 1. *National Geographic destapa el fraude de Stonehenge* (Antonio Martinez-Ron, 2009).



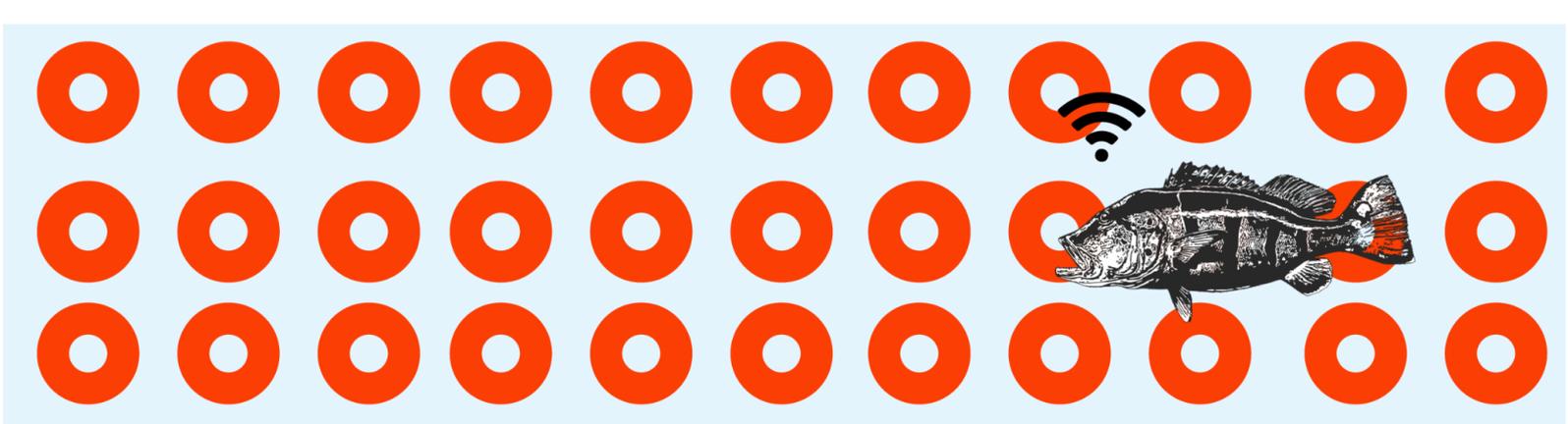
Fonte: <http://www.fogonazos.es/2009/12/national-geographic-destapa-el-fraude.html>.

As *deepfakes* seriam a versão extrema das *fakes*. São *ultrafakes* criadas com base em inteligência artificial, muito popular ultimamente. Esse tipo de inteligência sempre melhora, sua qualidade, às vezes pode ser impossível distinguir se uma imagem é real ou criada. No campo artístico-experimental do *deepfake*, gostaríamos de destacar o artista belga Chris Ume, um especialista na matéria, que criou imagens e vídeos da celebridade Tom Cruise (Fig. 2), que rapidamente se tornaram virais nas redes sociais. Por meio de uma espécie de *hacking* de "faces públicas", gerando uma representação visual que desafia a realidade, a arte nos faz refletir, com ironia, sobre o perigo dessas possibilidades sintéticas. No entanto, este tipo de refinamento técnico não nos deve preocupar atualmente, uma vez que estes vídeos hiper-realistas requerem meses para serem aperfeiçoados.

Fig 2. *Fake Tom Cruise* (Chris Ume, 2021).



Fonte: <https://www.fxguide.com/featured/fake-tom-cruise/>.

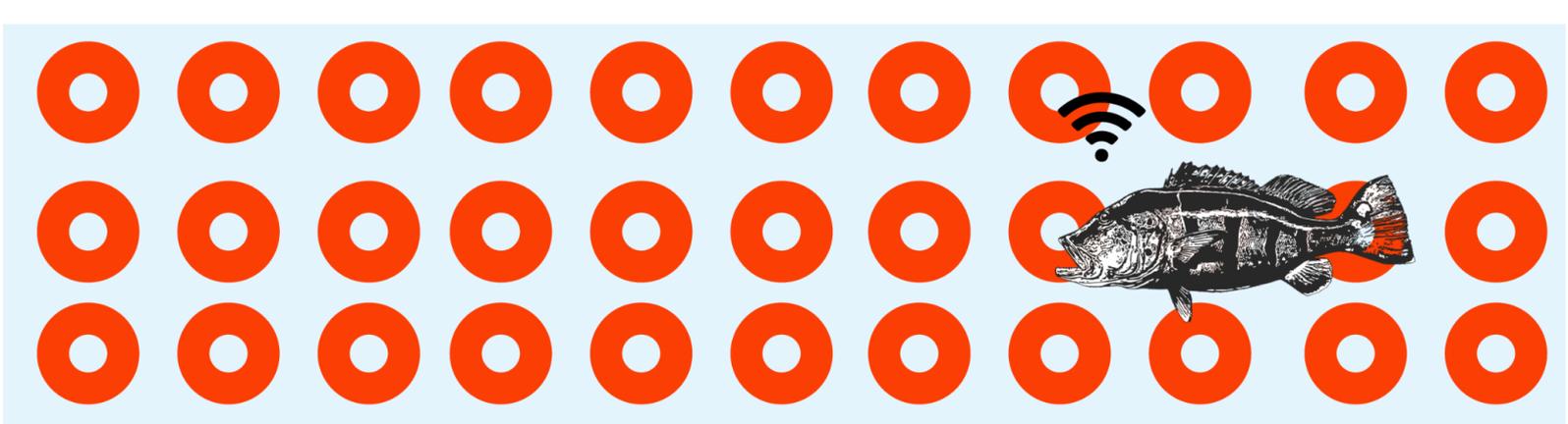


Da mesma forma, apesar de muitas plataformas já terem tomado medidas para a proibição da publicação de *deepfakes*, como é o caso, entre outros, do Facebook -apesar de esta rede não desactivar os *cheapfakes* ou *shallowfakes* (criados com um simples software de edição de vídeo), apenas proíbe aqueles que foram manipulados com tecnologias altamente sofisticadas (NAKED SECURITY, 2020)-, hoje em dia é muito complexo controlar a verdade na rede, uma vez que muitas informações comprovadamente boas, em muitos casos, são frequentemente verificadas por fontes que difundem informações duvidosas e as que são consideradas contrárias são frequentemente tendenciosas em relação a determinados interesses particulares. Além disso, para além do *deepfake*, existe a proliferação da utilização do chamado *live deepfake*, uma mentira profunda que é criada em tempo real e não necessita de qualquer tipo de edição. Um problema que afeta gradativamente mais pessoas que, inocentemente, caem nas armadilhas de burladores com más intenções e com um conhecimento completo dos algoritmos de programação. Esta tecnologia, que há alguns anos víamos como ficção, já foi retratada em 2022 na telenovela brasileira *Travessia*, onde se pode ver que uma adolescente foi facilmente enganada por um criminoso que se fez passar por sua amiga virtual, com rosto e voz modificados por um sofisticado programa de computador (SOUZA, HELDER, 2023).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto aqui descrito, numerosas expressões artísticas contemporâneas emergem ou são interpretadas a partir das novas dinâmicas manifestadas após a utilização da Internet e das redes sociais, tirando o máximo partido das suas potencialidades, sem ter de exigir conhecimentos técnicos complexos de informática, que antes do nascimento da Web 2.0 limitavam muitos artistas-.

Podemos concluir que a Internet sofreu uma mudança significativa na nossa concepção de tempo, realidade e espaço - hoje exigimos respostas instantâneas e precisamos de estar envolvidos em múltiplas atividades simultaneamente. A Internet tornou-se uma janela que nos permite explorar novos universos e participar ativamente. Do nosso ponto de vista, três fatores



parecem ser decisivos para uma abordagem crítica da imagem online: a densidade, a velocidade e a insegurança quanto à veracidade da informação. No entanto, do ponto de vista artístico, estes elementos afetam de forma indelével o olhar, que é hoje mais fugaz e menos reflexivo.

Contudo, como pudemos observar nas páginas anteriores através da exposição de ideias sobre arte e propostas artísticas, um grande número de artistas compreendeu a transformação da imagem online e abordou os seus problemas por meio da aplicação de várias estratégias criativas.

No contexto dos novos avanços tecnológicos e conceituais, verificamos uma tendência crescente para a utilização da imagem em movimento e da imagem interativa. A partir das várias produções artísticas, verificámos que o fenómeno da pós-verdade está intimamente ligado ao problema crescente da saturação do eu e à velocidade com que a informação flui na rede e invade o nosso cotidiano.

Neste sentido, acreditamos que o trabalho do artista, comprometido com a criação digital, consiste em observar atentamente o que está acontecendo nos ambientes remotos para refletir sobre isso lentamente, para, então, ser capaz de sensibilizar a sociedade para os problemas detectados e conseguir um impacto significativo, através de propostas artísticas, que utilizem a linguagem do sistema e consigam chegar à sociedade.

Em suma, o campo da arte nas redes sociais está em constante transformação e, na nossa opinião, ainda há muitos horizontes a explorar, especialmente tendo em conta os avanços tecnológicos que estão a caminho.

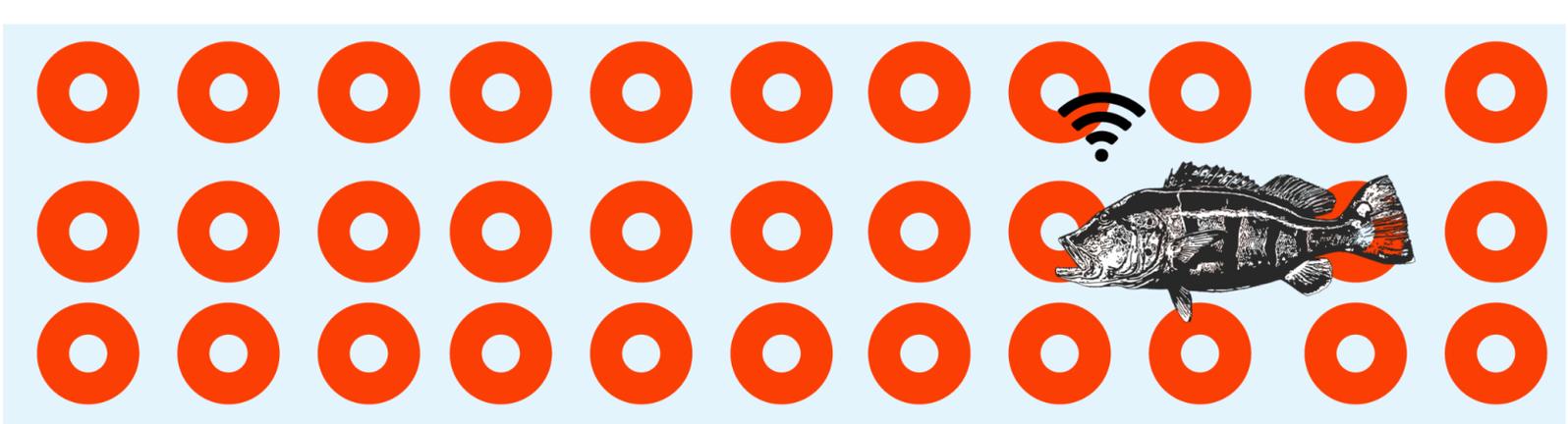
#### AGRADECIMENTOS

Agradecemos pelo apoio recebido da Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado (AUIP), da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), da Universidade de Sevilha e do Instituto Mauá de Tecnologia pelo estágio no Program for Research Internship.

#### REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. *La chambre claire. Note sur la photographie*. Paris: Cahiers du Cinéma, 1980.

DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Barcelona: Pre-Textos, 2015.



GERGEN, Kenneth J. *El yo saturado: Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós, 2006.

GREFF GRADO, Alessandra. *Artistas e Hiperconsumidores nas Redes Sociais*. *ConectartBR*. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/conectartbr/artistas-e-hiperconsumidores-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 22/05/2023.

FONTCUBERTA, Joan y MARZO, Jorge Luis. *Fake no es verdad, no es mentira*. Valencia: Institut Valencià d'Art Modern, 2016. Disponível em: [https://www.soymenos.net/FAKE\\_IVAM.pdf](https://www.soymenos.net/FAKE_IVAM.pdf). Acesso em: 22/05/2023.

KEYES, Ralph. *The Post-Truth*. New York: St. Martin's Press, 2004.

LEVI, Simona. *#FakeYou: Fake news y desinformación*. Barcelona: Rayo Verde Editorial, 2019.

LIPOVETSKY, Gilles, SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

MARTÍN PRADA, Juan. Sobre el arte post-Internet. *Revista Aureus*, Guanajuato, n.º. 3, P 45-51, 2017. Disponível em: [https://www.juanmartinprada.net/imagenes/martin\\_prada\\_sobre\\_el\\_arte\\_postinternet.pdf](https://www.juanmartinprada.net/imagenes/martin_prada_sobre_el_arte_postinternet.pdf). Acesso em: 15/05/2023.

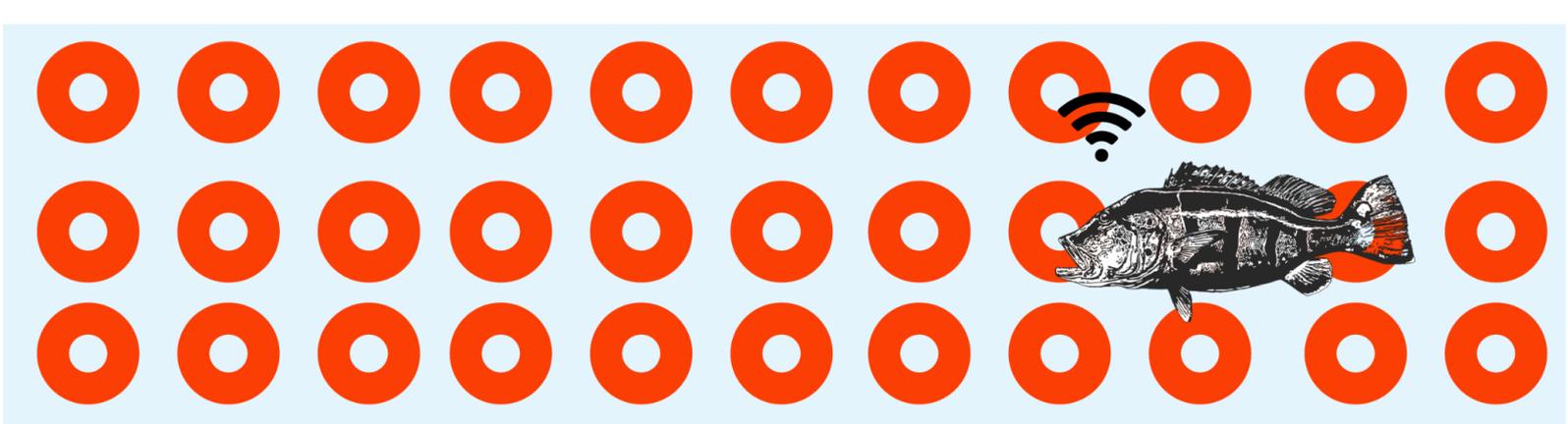
MARTÍN, Montoya. La era de la posverdad, la posveracidad y la charlatanería. En *Grupo Ciencia, Razón y Fe, Universidad de Navarra*. Disponível em: <https://www.unav.edu/web/ciencia-razon-y-fe/la-era-de-la-posverdad-la-posveracidad-y-la-charlataneria>. Acesso em: 18/05/2023.

NAKED SECURITY. Facebook prohíbe los deepfakes, pero no los cheapfakes o shallowfakes. *Sophos News*. Disponível em: <https://news.sophos.com/es-es/2020/01/13/facebook-prohibe-los-deepfakes-pero-no-los-cheapfakes-o-shallowfakes/>. Acesso em: 26/05/2023.

RODRIGUEZ, Delia. *Memecracia: Los virales que nos gobiernan*. Barcelona: Grupo Planeta, 2013.

ROSSI, Marina. 2019. Garbage Bag, los reyes de la 'memecracia' llegando al museo. *El País Brasil*. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/17/cultura/1558109281\\_822792.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/17/cultura/1558109281_822792.html). Acesso em: 19/05/2023.

SOUZA, Vivian, HELDER, Darlan. 'Deepfake live': tecnología que cambia rostro y voz en



videollamada, como en la telenovela 'Travessia', ya existe en la vida real. *Portal G1 (g1)*. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/04/01/deepfake-ao-vivo-tecnologia-que-muda-rostro-e-voz-em-videochamada-como-na-novela-travessia-ja-existe-na-vida-real.ghtml>. Acesso em: 19/05/2023.

STEYERL, Hito. *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2018. THE FREE LIBRARY. Disponível em: <https://www.thefreelibrary.com/A+government+of+lies.-a011665982>. Acesso em: 23/05/2023.

ZAFRA, Remedios. *(h)adas. Mujeres que crean, programan, prosumen, teclean*. Madrid: Editorial Páginas de Espuma, 2013.

#### **Como citar este texto:**

HERNÁNDEZ-ACUAVIVA, Helena; CARVALHO, Agda. Arte e crise da pós-verdade na rede . In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA e SEMINÁRIO DE ARTES DIGITAIS, 8, 2023, Belo Horizonte. *Anais do 8º Congresso Internacional de Arte, Ciência e Tecnologia e Seminário de Artes Digitais 2023*. Belo Horizonte: Labfront/UEMG, 2023. ISSN: 2674-7847. p.1-12.