



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

WE NEED TO TALK ABOUT FAKE NEWS

NECESITAMOS HABLAR DE NOTICIAS FALSAS

Lorenzo Lucero Soares¹, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria¹, Alessandro da Silva Ramos¹

e575429

<https://doi.org/10.47820/recima21.v5i7.5429>

PUBLICADO: 07/2024

RESUMO

O presente artigo busca, por meio da análise do comportamento humano quanto à interpretação de informações e dos sistemas de compartilhamento e recomendação dos principais meios de comunicação, definir os fatores que levaram o fenômeno das *fake news* a tornar-se um problema de escala global e presente no cotidiano de um grande número de usuários de internet e outras redes sociais. Para tanto, procuramos estudar os processos cerebrais envolvidos na absorção e na separação de uma informação que levam as notícias falsas a serem tão disseminadas. Além disso, analisou-se a verificação do sistema de recomendação seletiva e sem moderação dos conteúdos repassados para cada usuário. Este trabalho relaciona tais aspectos para entender, de forma geral, como o aumento do uso das redes sociais redundou em tal fenômeno.

PALAVRAS-CHAVE: Fake News. Redes Sociais. Informação.

ABSTRACT

This article seeks, through the analysis of human behavior regarding the interpretation of information and the sharing and recommendation systems of the main media, to define the factors that led the phenomenon of fake news to become a problem of scale global and present in the daily life of a large number of internet users and other social networks. Therefore, we want to study the brain processes involved in the absorption and separation of information that lead to fake news being so widespread, joining this with the verification of the selective recommendation system and without moderation of the contents passed on to each user, joining such aspects to understand in general how the increase in the use of social networks has formed such a phenomenon.

KEYWORDS: Fake News. Social Media. Information.

RESUMEN

Este artículo busca, a través del análisis del comportamiento humano en cuanto a la interpretación de la información y los sistemas de intercambio y recomendación de los principales medios de comunicación, definir los factores que llevaron al fenómeno de las fake news a convertirse en un problema de escala global y presente en el mundo vida cotidiana de un gran número de usuarios de Internet y otras redes sociales. Para ello, buscamos estudiar los procesos cerebrales implicados en la absorción y separación de información que propician que las fake news estén tan extendidas. Además, también se analizó la verificación del sistema de recomendación selectiva y sin moderación de los contenidos transmitidos a cada usuario. Este trabajo relaciona estos aspectos para comprender en general cómo el aumento en el uso de las redes sociales ha formado tal fenómeno.

PALABRAS CLAVE: Noticias falsas. Medios de comunicación social. Información.

INTRODUÇÃO

Desde 2016 até os dias atuais, o termo *fake news* refere-se à ação de disseminação deliberada de desinformação por meio da internet em sites, em mídias sociais, entre outros. É importante salientar que as notícias falsas não são uma novidade, existem desde que o homem

¹ Colégio João Paulo I - Unidade Sul.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

aprendeu a falar ou, mais especificamente, desde que a imprensa foi criada - caso esteja referindo-se, estritamente, a notícias jornalísticas inverídicas de meios de comunicação duvidosos (Pitasse, 2020). Há exemplos históricos marcantes que evidenciam isso. O historiador Bizantino Procópio tentou acabar com a reputação do imperador Justiniano, por meio de seu livro – *Anedota* (História Secreta), datado do século VI - com relatos de veracidade, no mínimo, duvidosa. Pietro Aretino, escritor, poeta e dramaturgo italiano, escreveu sonetos de ataque aos candidatos da eleição do pontífice, em 1522, com o objetivo de manipular o povo para eleger quem ele desejava, os seus patronos da família Médici, produzindo a imagem destes como admiráveis.

Ademais, Robert Darnton (2017) afirma que, no decorrer dos anos, os pasquins se difundiram como método habitual para divulgar notícias desagradáveis sobre personagens públicos, bem como que, após os pasquins, outro gênero de disseminação de falsidade surgiu, o *Canard*. Este era um jornal cheio de boatos e de notícias falsas, que utilizava gravuras chamativas para atrair mais os crédulos.

Sabe-se que notícias falsas existem desde a Antiguidade. Porém, a partir das eleições americanas em 2016, está em curso uma nova fase desse fenômeno. O foco dessa pesquisa é o momento vigente. Um fenômeno contemporâneo chamado de “crise da informação” teve início com o surgimento da internet e de meios de comunicação duvidosos na primeira década do século XXI. Trata-se do excesso de informação impulsionado pelo surgimento das novas mídias em que “a informação se prolifera e circula em uma quantidade e velocidades vultosas” (Brisola, 2018). Esse bombardeio de notícias trouxe à mídia tradicional urgência em transmitir informações rapidamente, o que levou a questionamentos a respeito da veracidade do que estava sendo notificado e à perda de controle das comunicações produzidas e postadas na internet. Dúvidas e perda de controle formaram o pontapé inicial para o início das *fake news* (Carvalho; Matheus, 2018). Nessa época, a produção ainda era em pequena escala, já que a internet e as redes sociais ainda não eram tão difundidas e o acesso era muito limitado.

Devido ao fato de o mundo digital não estar consolidado de forma tão abrangente no primeiro decênio do século XXI, a produção das *fake news* era, no início, pequena e a preocupação a respeito desse assunto também, ainda que esta já existisse. Porém, devido ao crescimento do acesso à internet e aos meios digitais e, conseqüentemente, ao interesse e ao envolvimento da política neles, começou a formar-se o paradoxo informacional que assola a sociedade há, aproximadamente, cinco anos. Por conta da grande quantidade de informações difundidas no meio digital, muitas pessoas se tornam incapazes de refletir, de verificar ou de interpretar todas as informações que lhes chegam. Nesse ambiente, as *fake news* acabam se espalhando e se constituindo como verdade para os usuários com muito mais facilidade, o que resulta na desinformação da população em escala mundial (Carvalho; Matheus, 2018).

O conteúdo da informação falsa pode estar relacionado a qualquer setor da sociedade. Entre os principais alvos está a ciência, envolvendo, principalmente, questões de saúde pública e de tecnologia, o que é muito preocupante. Os artigos publicados nas mídias jornalísticas ou nos meios



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

oficiais de divulgação científica há muito tempo são maneiras extremamente relevantes para a circulação de informações científicas na sociedade. Repassam-se conhecimentos, de modo que os indivíduos possam deles se apropriar e integrá-los aos seus saberes, participando desse processo culturalmente dinâmico (Vogt, 2006).

Devido à ascensão das mídias digitais, observou-se a viabilidade de democratização da informação, retirando-se o monopólio dos meios tradicionais (jornais impressos e televisivos e artigos científicos), já que os próprios usuários (leitores) poderiam curtir e compartilhar o que lhes parecesse interessante. Entretanto, tal possibilidade está sendo utilizada de maneira incorreta por certos grupos, como extremistas políticos e aqueles que buscam lucrar com publicidade *online*, visto que usam essa nova democracia para publicar e compartilhar dados enganosos a fim de manipular os consumidores de informação, o que, ao longo do tempo, cria um ambiente de discussão e de disputas discursivas sobre o que é real ou ficção (Gomes; Penna; Arroio, 2020).

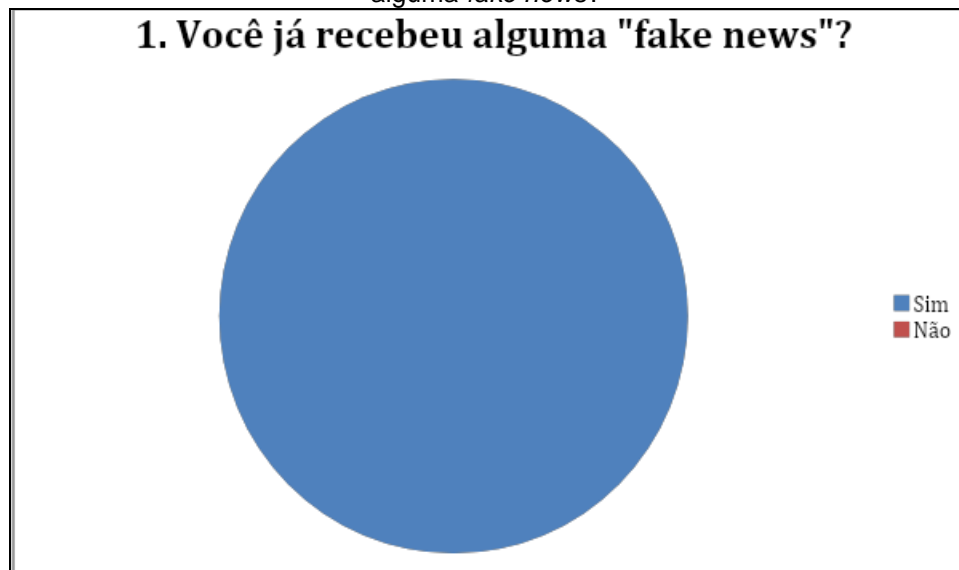
Um dos exemplos mais claros ocorreu em 2021, com a disseminação intensa de acusações às vacinas contra a Covid-19. Tal desinformação circula pela internet desde o início da campanha de vacinação.

Outro setor social visivelmente afetado pelas *fake news* é o da política. Essa prática começou a ser bastante empregada nesse meio, principalmente, a partir de 2016, durante as eleições norte-americanas. Nesse período, ocorreu uma onda intensa de publicação de notícias falsas a respeito da candidata Hilary Clinton, como, por exemplo, algumas que afirmavam que ela havia vendido armas para o estado islâmico em época de eleição. Mesmo que os criadores das falsas notícias não estivessem diretamente ligados aos candidatos, as centenas de *fake news* contribuíram para uma manipulação que levou à vitória Donald Trump. Ao ver nessa atividade um modo exitoso de manipular as eleições a seu favor, diversos políticos e partidos do mundo, como o partido republicano dos Estados Unidos, passaram a se aproveitar da desinformação para ultrapassar seus adversários na campanha eleitoral, difamando-os publicamente por meio de histórias inventadas. Assim, elas viraram armas para os dois lados da batalha política mundial. (Wendling, 2018)

O motivo para a realização desta pesquisa consiste no impacto social, cultural, econômico e político causado pelo compartilhamento de notícias falsas, uma vez que as mídias sociais propiciam crescimento rápido e em larga escala. Para exemplificar a magnitude que o compartilhamento dessas mentiras atingiu atualmente, foi feita uma pesquisa por meio do Google Formulários, em que os 48 entrevistados foram questionados sobre informações relacionadas a esse tema. De acordo com os resultados obtidos na pesquisa, conforme ilustração abaixo da Figura 1, 100% dos entrevistados já receberam alguma *fake news*, o que demonstra o quão presente as notícias falsas estão em nosso cotidiano atual.



Figura 1. Representação das respostas obtidas na pergunta um do questionário: “você já recebeu alguma *fake news*?”



(Fonte: Autor)

Como se pode ver, todos os entrevistados já receberam informação mentirosa. Considerando que essas notícias são públicas e veiculadas na internet, além de serem amplamente compartilhadas no meio digital, forma-se um cenário em que é praticamente impossível algum indivíduo nunca ter recebido uma notícia desse caráter. Assim, se eles tiverem o conhecimento dos métodos de que se pode valer para que se assegure a veracidade de uma notícia, é possível combater o problema da desinformação em massa, o que poderá contribuir para uma futura sociedade mais informada, organizada e confiável.

O fator principal para o intenso compartilhamento é o aprimoramento na produção desse tipo de notícia, tornando-se cada vez mais difícil identificá-las. A linguagem sensacionalista, comumente usada para redigi-las, leva os usuários da rede a compartilharem-nas com maior intensidade que as notícias verdadeiras. A estrutura delas manipula as pessoas com menor poder de discernimento para cumprirem os objetivos do autor. A intenção das *fake news* é, basicamente, obter ganhos políticos e ou financeiros. Durante a pandemia do vírus da Covid-19, observaram-se diversas notícias falsas, como a que citava que a vacina alterava o DNA humano como efeito colateral “não divulgado”, espalhando-se rapidamente entre a população brasileira. Dessa maneira, tudo isso pode ter colaborado para a disseminação do vírus, já que colocava em dúvida as orientações dos órgãos competentes e as medidas de prevenção indicadas pela OMS. Em casos mais extremos, foi divulgado que o vírus não existia. Posteriormente, no início da vacinação, as *fake news* indicaram riscos à integridade física da população, o que provocou prejuízos para a saúde pública.

Atualmente, diversas organizações, como órgãos governamentais e mídias tradicionais, estão se dedicando ao combate das *fake news*, mas essa não é uma tarefa fácil. Devido a todo o malefício provocado por esse tipo de publicação, são feitas indagações acerca de quem as produz, quais seus



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

objetivos, como é possível identificá-las, quais os principais meios de distribuição e, principalmente, quais as estratégias utilizadas para que essas notícias sejam compartilhadas de modo tão intenso. Logo, faz-se urgente e necessária uma análise mais profunda sobre o tema. Portanto, este trabalho em curso tem relevância para dar luz à verdade e impedir que pessoas sejam manipuladas e prejudiquem aos outros e a si. Sendo assim, o objetivo dessa pesquisa é propor novas soluções para lidar com a desinformação em massa, principalmente no que diz respeito ao âmbito virtual.

MÉTODO

Esse trabalho teve como principal método de pesquisa de informações leitura pela internet, especificamente artigos. Também foram utilizadas informações existentes no livro didático adotado pelo Colégio João Paulo I – JPSul. Além disso, foram usados artigos jornalísticos de meios de comunicação comprovadamente confiáveis e informações transmitidas por diversos documentários. Ainda, foi distribuído, por intermédio do *Google Forms*, um questionário que serviu como uma pesquisa de campo entre, principalmente, os alunos do Colégio João Paulo I - JPSul e seus familiares. As informações coletadas foram separadas por:

- Gênero;
- Idade (entre 14 e 18 anos e a partir dos 30 anos);
- Grau de instrução;
- Classe social.

As perguntas propostas foram:

1. Você já foi vítima de alguma *fake news*?
2. Em caso afirmativo (foi vítima; não necessariamente acreditou), brevemente, diga à qual setor da sociedade ela se referia?
3. Você já divulgou uma mentira?
4. Quais motivos o (a) levaram a acreditar na mentira?
5. Caso você nunca tenha acreditado em uma *fake news*, o que o (a) levou a não ser enganado (a), o que o (a) fez não acreditar na mentira? Descreva de forma breve o método de análise que o/a levou à conclusão.
6. Quais mídias sociais você acredita serem as maiores veiculadoras de *fake news*?

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O significado de *fake news*

O fenômeno das *fake news* ficou conhecido no ano de 2016, porém não foi nesse período que o termo se popularizou. Por meio das redes sociais, foi vulgarizado, em janeiro de 2017, pelo recém-eleito presidente Donald Trump. O ex-presidente estadunidense se utilizou do termo *fake news*, quando eram publicadas notícias desfavoráveis a ele na internet. A partir disso, o conceito de



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lucrecio Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

fake news rapidamente foi banalizado na opinião pública, levando ao desvirtuamento do significado original da expressão, além de criar-se uma confusão entre a expressão *fake news* e *false News* (Meneses, 2018).

False News e *fake News* são realidades diferentes quando se referem à notícia mentirosa. A distinção entre elas é que as *false news* são notícias falsas, mas que não são deliberadamente feitas para enganar ou manipular o leitor, normalmente sendo fruto de incompetência e irresponsabilidade do jornalista em verificar a fonte. Já *fake news* é uma ação deliberada de desinformação, uma mentira (Meneses, 2018).

Atualmente, a expressão abordada nesta pesquisa vem sendo usada pela população com efeito irônico, para desqualificar a informação que vai contra a visão de quem é informado. Basicamente, *fake news*, em vez de significar uma mentira, passou a significar tudo o que desagrade o interlocutor, podendo ser um fato contemplado de maneira diferente ou contrária ao seu pensamento, uma interpretação de que se discorda e opiniões consideradas abomináveis (Frias, 2018).

Essa banalização sobre o tema contribuiu para uma maior disseminação de mentiras, pois, em uma sociedade na qual o tempo do cérebro para avaliar a veracidade das informações é prejudicado por conta do recebimento de uma grande quantidade de informações, o “pouco tempo” que se tinha para fazer tal análise passa a não ser utilizado, pelo fato de o assunto em pauta parecer de pouca relevância (Carvalho; Matheus, 2018).

Por conta disso, deve-se situar que o conceito de *fake News* se baseia, legitimamente, em notícias repassadas – principalmente com estrutura jornalística – que não são reais, e sim uma mentira, sendo produzidas de forma deliberada com o objetivo de enganar e manipular o leitor para fins próprios do autor.

Quem produz as *fake news*

Tudo começou em 2016. No ano das eleições americanas, histórias fictícias, completamente inventadas que foram muito compartilhadas nas redes sociais, tais como informações sobre Donald Trump e Hillary Clinton: “Papa Francisco choca o mundo e apoia Donald Trump”, ou “Agente de FBI suspeito no caso de *e-mails* vazados de Hillary é encontrado morto em um aparente caso de suicídio-assassinato”. Conforme Wendling (2018), a maioria dessas notícias era produzida na Macedônia (de acordo com investigadores, especialmente na cidade de Veles), por um grupo de jovens que, provavelmente, não tinha interesse direto na política americana; contudo, como era um assunto polêmico e visto pelo mundo todo, eles utilizaram as eleições em uma produção em massa de notícias falsas que visavam a chamar o máximo de atenção possível, buscando, assim, ganhar dinheiro com publicidade *online* vinda dos acessos massivos aos sites em que essas *fake news* eram escritas e publicadas.

O que começou com um grupo de jovens tentando ganhar dinheiro fácil com publicidade *online* logo foi visto como um instrumento político de utilização mundial, porque elas interferiram na



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

opinião pública acerca dos candidatos e, possivelmente, no resultado das eleições de 2016. Da mesma forma, no Brasil, as *fake news* se tornaram um instrumento de guerra para os dois lados da política – direita e esquerda –, visto que foram produzidas com o objetivo de atacar o lado oposto, favorecendo os políticos apreciados e prejudicando aqueles vistos como inadequados. Muitos políticos passaram a utilizá-las como um meio de se beneficiar frente à opinião pública, criando gabinetes inteiros para a produção de tais calúnias (Holz, 2019).

Assim, pode-se dizer que os produtores de *fake news*, geralmente, são um grupo de indivíduos independente ou contratado para a propagação de calúnias, com objetivo político, financeiro ou ambos.

Classificações

Considerando os objetivos que levam à produção de uma mentira e quem normalmente as compartilha, o Conselho da Europa classificou as *fake news* em três distintos tipos, todas englobadas no que se chama de desordem informacional (Almeida; Doneda; Lemos, 2018). De acordo com os autores no artigo “Com avanço tecnológico, *fake news* vão entrar em fase nova e preocupante”, os tipos são:

- **Desinformação (*Disinformation*):** as mentiras deliberadamente criadas e compartilhadas com o objetivo de prejudicar um indivíduo, um grupo social, uma organização ou um país;
- **Notícia falsa (*Misinformation*):** mentiras espalhadas por um indivíduo mal-informado e desavisado que, normalmente, compartilha essas notícias por ignorância (no que se refere, principalmente, ao ato de não checar a fonte das informações) e não tem o objetivo de prejudicar ninguém. Como o critério para essa classificação não é má índole, esse conceito engloba também reportagens com informações incorretas, causadas pela falta de apuração na fonte;
- **Má informação (*Mal-information*):** mentiras que, apesar de terem como base fatos verídicos, são editadas de forma a se tornarem falsas e disseminadas para, em geral, os mesmos objetivos citados na desinformação.

Os consumidores de *fake news*

Os leitores de *fake news* são um setor importante no processo abordado neste estudo, uma vez que são eles os principais disseminadores de tais mentiras. Os consumidores dessas notícias falsas podem ser classificados em dois tipos: os que espalham as notícias por ignorância ou inocência, não consultando devidamente a fonte das informações, e os que se enquadram na denominada “desonestidade intelectual” (Aurélio, 2020).

A desonestidade intelectual é a ausência de honestidade na realização de atividades intelectuais, no pensamento ou na forma de comunicação (Aurélio, 2020) Nesse caso, a desonestidade intelectual se relaciona com o termo da pós-verdade, que é descrito, de acordo com Corrêa e Custódio (2018, p. 3), como “os eventos em que a opinião pública e os comportamentos são



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

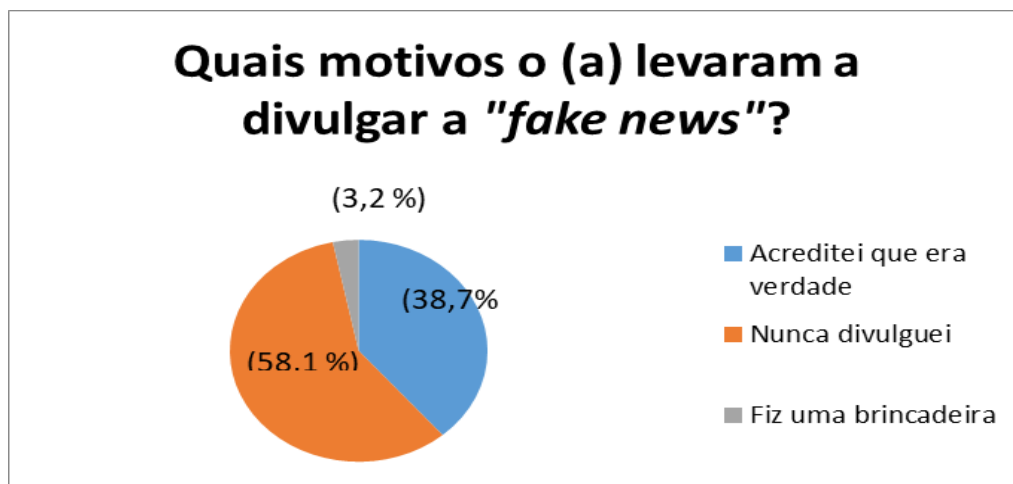
PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

orientados mais pelos apelos emocionais, falaciosos ou subjetivos, afirmados pelas suas convicções pessoais, do que por fatos verídicos e atestados”, ou seja, quando o indivíduo coloca as suas crenças acima da veracidade na hora de analisar um fato. Ele escolhe crer naquilo que satisfaz suas convicções em vez de guiar-se pelo senso crítico (Mendonça, 2018), espalhando mentiras para sustentá-las na visão dos outros.

Na presente pesquisa, relata-se que, na pergunta “Quais motivos o (a) levaram a compartilhar *fake news*, entre os que marcaram que compartilharam, 73% assinalaram que acreditaram na veracidade do que estava sendo compartilhado. O relatório completo está representado abaixo na Figura 2.

Figura 2. Representação em gráfico de pizza dos resultados coletados na pergunta 4 do questionário



(Fonte: Autor)

Esse gráfico estabelece uma ponte para a discussão de um assunto extremamente importante para esse tópico, que é o de definir o tipo de consumidor que respondeu ao questionário e, assim, comparar os resultados bibliográficos. Para saber qual tipo de consumidor comparar, é preciso analisar certas características, sendo elas gênero, idade, grau de escolaridade e condição socioeconômica, já que são fatores que influenciam na hora de identificar e compartilhar as *fake News*. A seguir, a divisão por gênero dos entrevistados representada na Figura 3.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS
Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

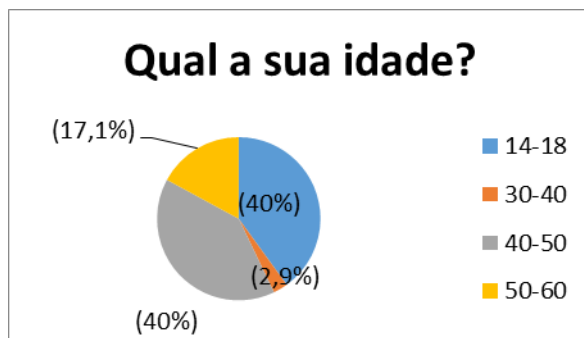
Figura 3. Representação gráfica dos resultados obtidos na pergunta sobre o gênero daqueles que responderam à pesquisa de campo



(Fonte: Autor)

Na Figura 4, apresenta-se a projeção dos diferentes percentuais da idade dos entrevistados.

Figura 4. Representação gráfica das idades dos participantes de nossa pesquisa

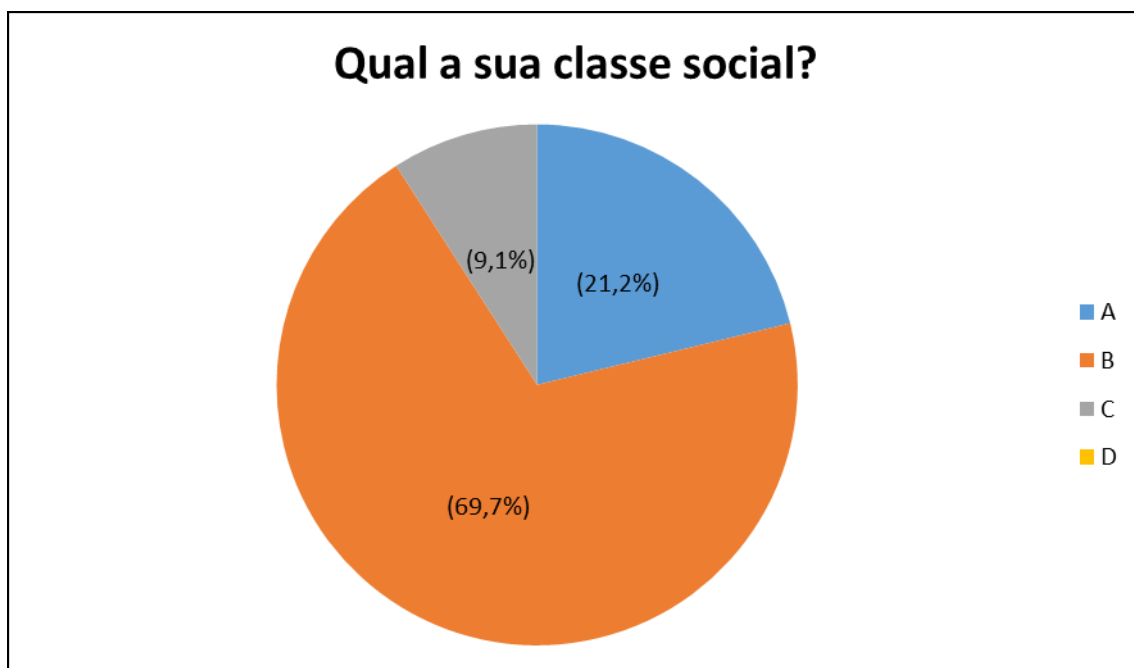


(Fonte: Autor)

Na Figura 5, apresenta-se a divisão por classe social dos entrevistados na pesquisa.



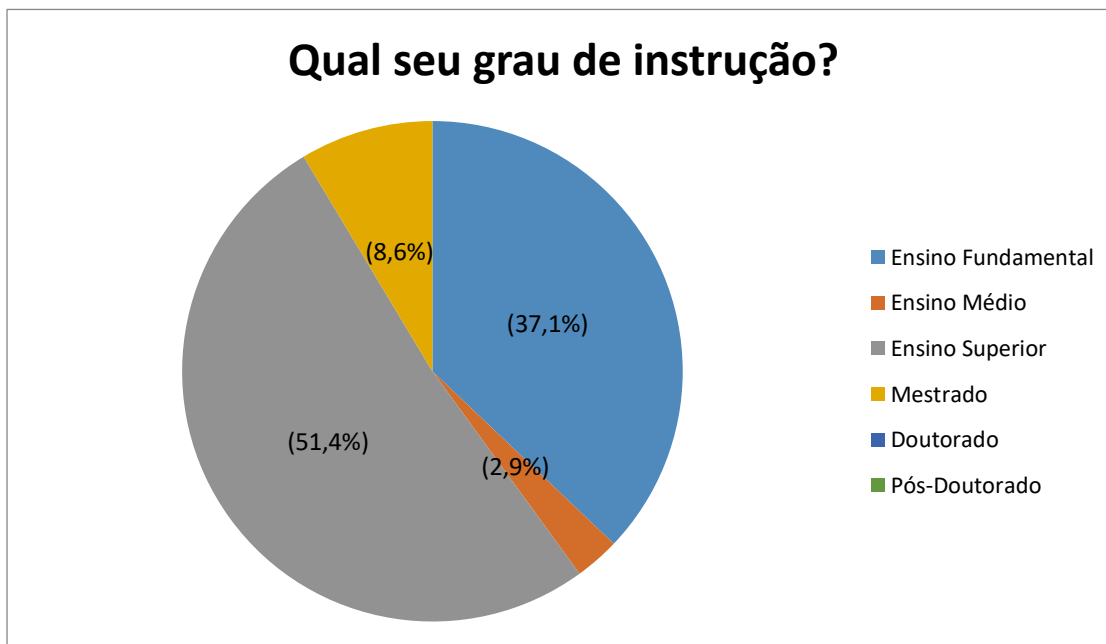
Figura 5. Representação gráfica das respostas acerca da classe social dos entrevistados



(Fonte: Autor)

E, por fim, projeta-se, na Figura 6, o grau de escolaridade geral dos entrevistados.

Figura 6. Representação gráfica dos resultados obtidos na pergunta sobre o grau de instrução dos entrevistados em nossa pesquisa



(Fonte: Autor)

Com base nessas informações, pode-se concluir que o corpus da pesquisa é composto, majoritariamente, por membros da classe média do País, com condições socioeconômicas favoráveis



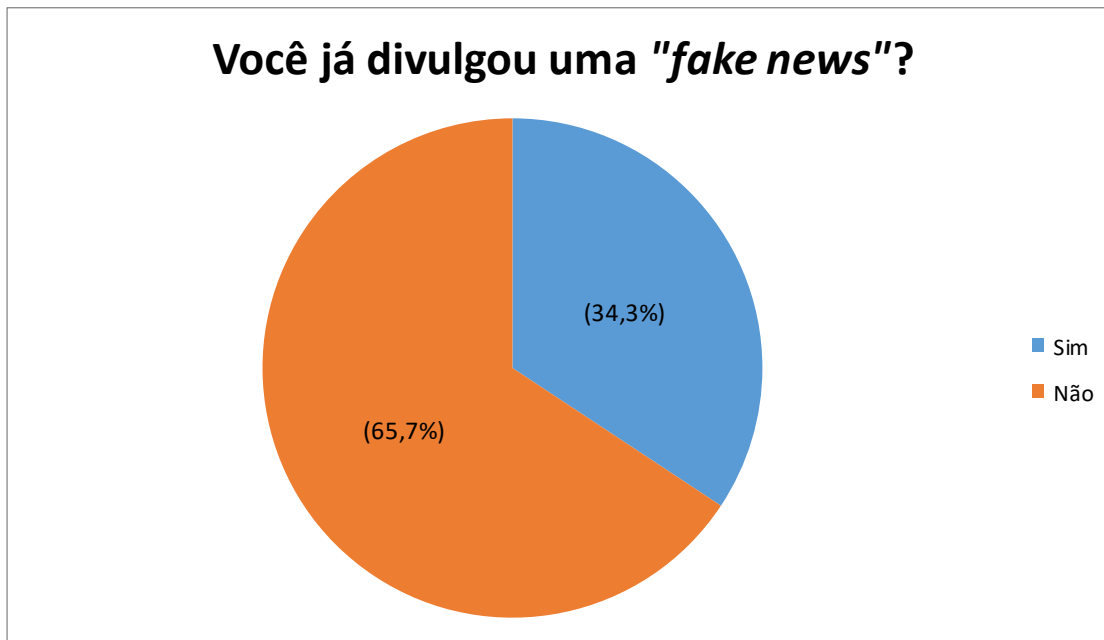
RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

e grau de escolarização maior do que a média nacional, o que permite contextualização e justificativa para os dados que serão apresentados mais adiante. Para exemplificar, eis a análise do gráfico relativo à terceira pergunta do formulário: “Você já divulgou alguma *fake news*?”. A Figura 7 identifica os resultados obtidos.

Figura 7. Representação gráfica dos resultados obtidos na pergunta 3 do questionário da pesquisa



(Fonte: Autor)

Como pode ser visto, a quantidade de indivíduos que alegaram ter divulgado as *fake News* é um número relativamente baixo comparado com o de quem não compartilhou, o que vai de encontro aos resultados de pesquisas mais abrangentes, como a realizada por pesquisadores do MIT em 2016, quando Trump se elegeu. Eles constataram que, em um intervalo pequeno de tempo, cento e vinte mil rumores foram compartilhados por mais de três milhões de usuários mais de quatro milhões e meio de vezes, difundindo-se seis vezes mais que as notícias verdadeiras, tendo ao todo 70% a mais de chance de serem compartilhadas (Revista Galileu, 2018). Outro exemplo é o da pesquisa promovida pela Rede Globo, que constatou que a cada dez brasileiros que receberam mentiras a respeito do Covid-19, sete acreditaram no que leram (Silviano, 2020). Por meio desses resultados e considerando que esses dois estudos foram de cunho popular, atingindo indivíduos de menor grau de instrução e renda, pode-se concluir que aspectos como classe social – que está associada ao menor grau de instrução geral da população, como mostrado pelo censo de 2019 realizado pelo IBGE, que constatou que 46,6% da população só tem o ensino fundamental completo (IBGE, 2019) – interferem na intensidade e quantidade de pessoas que acreditam em notícias falsas. Portanto, durante as comparações e discussões feitas sobre os resultados bibliográficos e práticos, precisa-se



compreender que as análises foram realizadas com públicos distintos e que, por isso, podem apresentar resultados contrários.

Impactos da disseminação de *fake news*

Nesta subseção da pesquisa, apresentam-se os impactos sociais, culturais e econômicos causados pela disseminação dessas mentiras.

Na pergunta dois do questionário (Em caso afirmativo, de qual setor da sociedade ela se tratava?), configurou-se a porcentagem do compartilhamento de *fake news* por esses setores. Eis os resultados obtidos na Figura 8.

Figura 8. Representação gráfica dos resultados obtidos na pergunta 2 do questionário da pesquisa



(Fonte: Autor)

Assim, confirma-se que todos os setores citados anteriormente são os principais focos dessas mentiras, considerando que a opção “todos” foi a mais votada pelos participantes da pesquisa.

Os impactos sociais relacionados às *fake news* são a restrição da liberdade de expressão e a formação de uma desordem informacional. Eles se encaixam em danos sociais pelo fato de sua principal consequência ser o rebaixamento da qualidade de vida da população, o que não está ligado à subsistência do indivíduo (o que seria um dano individual), mas sim à dignidade da vida de uma ou mais pessoas, o que vai contra o código de conduta da maioria das sociedades atuais, afetando-as em sua totalidade. (GUIMARÃES E SILVA, 2019)

O primeiro dano se relaciona à banalização do significado e conceito da expressão *fake news*, que hoje é utilizada para descrever tudo o que desagrada quem a emprega. Essa utilização



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

incorreta do termo causa um risco ao cerne da liberdade de expressão, que se baseia na tolerância com os pensamentos do outro, sendo distintos dos seus ou não, o que não é defendido por essa nova definição de *fake news*, visto que opiniões contrárias às de certo indivíduo são acusadas de falsas, enganosas e mentirosas (Frias, 2018).

O segundo diz respeito ao que muitos especialistas das áreas de comunicação e o próprio já citado Conselho da Europa se referem como desordem informacional. Esse fenômeno se relaciona com o fato de como as medias noticiosas foram adaptados para a nova paisagem midiática contemporânea, em que, por meio das redes sociais e da internet, o consumo de notícias se tornou muito maior, porém muito mais rápido e pontual (Andrade, 2019), fazendo os indivíduos se tornarem cada vez mais leitores de manchetes, uma expressão utilizada no setor jornalístico para se referir aos que somente leem a manchete, e não a notícia, normalmente interpretando as informações de forma superficial e errônea. Nessa realidade, o advento das *fake news* criou o que se chama de desordem informacional, que se baseia na crise de informação que assola a sociedade atual, na qual se torna cada vez mais difícil, na visão popular, distinguir as notícias falsas das verdadeiras. O impacto das mentiras nessa desordem social faz os meios de comunicação, até então considerados confiáveis, perderem a credibilidade perante a opinião pública. Assim, a população não consegue distinguir os veículos de comunicação confiáveis, criando-se um colapso no setor de comunicação e informação (Wedling, 2018).

Os impactos culturais causados pelas mentiras são o boicote que diversos artistas e parte significativa do setor da cultura vêm sofrendo por conta de mentiras. Isso causa a desvalorização e desestímulo à cultura e ao seu crescimento no Brasil, formando uma população com uma mente fechada para novas ideias e reflexões e aberta para a ignorância, sendo um dos principais exemplos disso a cultura atual conhecida como negacionismo, em que o indivíduo nega fatos que vão contra sua vontade e opinião, o que se relaciona ao viés de confirmação, que se baseia na tendência de se interpretarem situações e fatos de modo a confirmar as crenças pessoais (Rabelo, 2014), enquanto se ignoram as que são contraditórias a estas. Os exemplos mais clássicos são o terraplanismo, a negação da existência do Holocausto, o machismo e a negação da vacina contra a Covid-19.

Basicamente, o impacto cultural das *fake news* ocorre porque elas formam uma população que, por conta da desvalorização da cultura, do debate e da expansão das linhas de pensamento, carece do sentido de tentar analisar e buscar aceitar novas ideias, saindo de sua zona de conforto. Assim, forma-se uma sociedade que, no caso do Brasil, além de não investir em uma educação pública de qualidade, desenvolve, cada vez mais, a tendência de buscar adequar os fatos e a realidade para serem compatíveis com o que acredita, mesmo que não seja real. (Loureiro; Gonçalves, 2020)

Por fim, os impactos econômicos referem-se, principalmente, aos danos patrimoniais causados pela opinião pública. O maior exemplo de dano patrimonial geral a ser citado é o da bolsa de valores do Brasil (Guimarães; Silva, 2019) a qual, com sua reputação e imagem frente à opinião pública prejudicada, viu a desvalorização de suas ações, o que provocou perda de dinheiro.

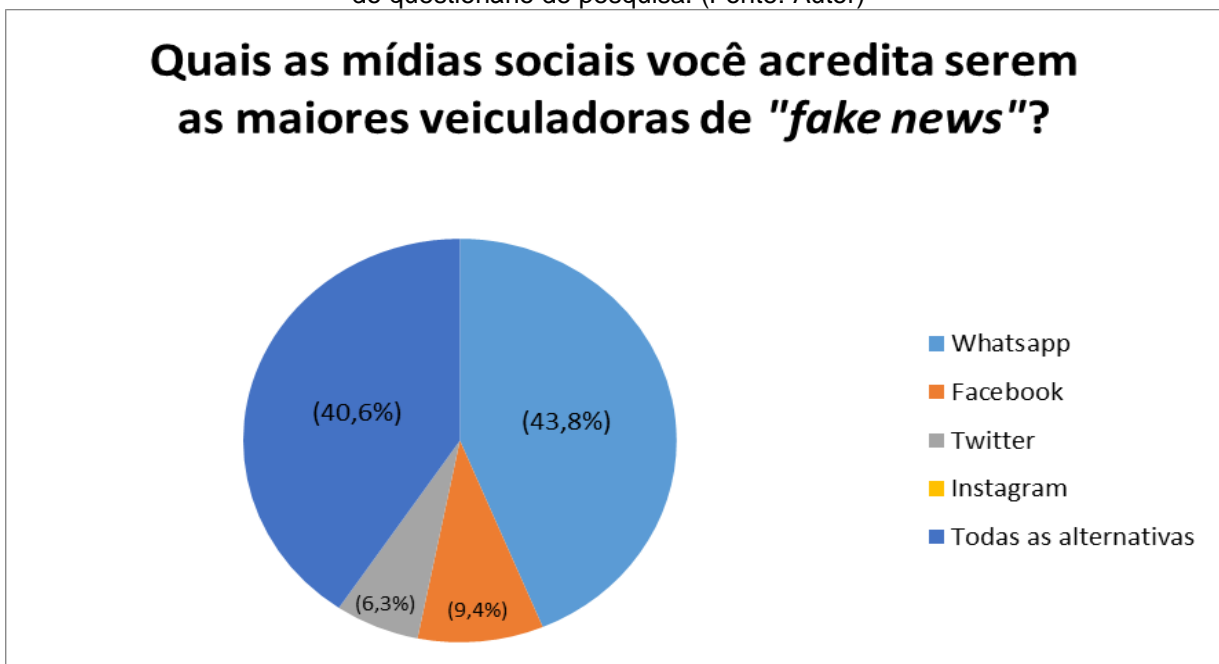


Quais são os principais meios de distribuição das *fake news*

O advento da internet e das mídias sociais tornou mais fácil a disseminação das *fake news*, porque aquelas ligaram indivíduos de todas as regiões do mundo em uma única grande rede, tornando instantânea a comunicação entre as mais diversas regiões geográficas. Como resultado, o compartilhamento de desinformação se tornou mais intenso e atingiu pessoas em uma escala muito maior. As principais ferramentas de disseminação de *fake News* são as redes sociais, sobretudo *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* e *Whatsapp*.

Para coletar e analisar dados de forma mais pragmática, foi realizado um questionário com seis perguntas para alunos e pais do Colégio João Paulo I – JPSul. Trinta e duas pessoas responderam e foi possível reunir bastantes dados. A figura abaixo (Figura 9) demonstra os resultados relativos aos meios de maior distribuição de *fake news*.

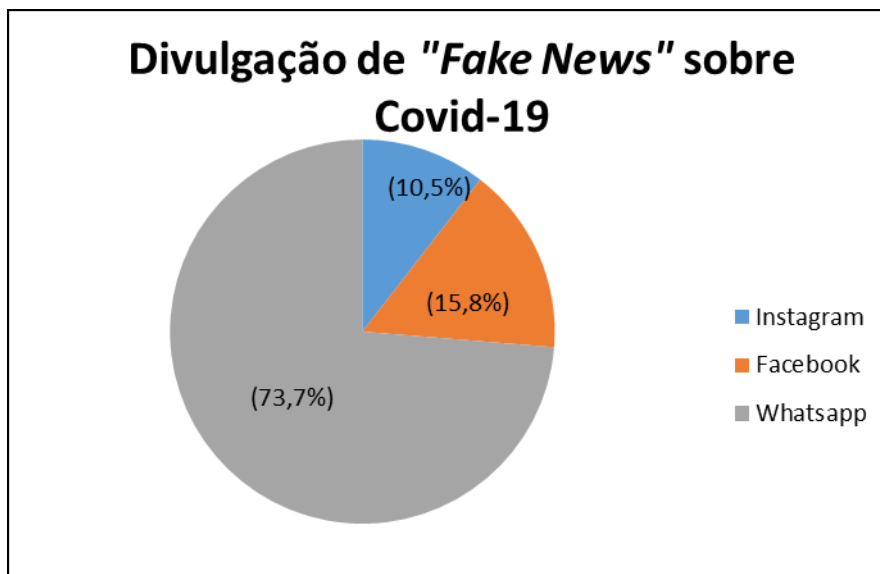
Figura 9. Representação em um gráfico mostrando as porcentagens de cada resposta da pergunta 6 do questionário de pesquisa. (Fonte: Autor)



Ao observar esses dados, percebe-se que os entrevistados estão majoritariamente divididos entre *WhatsApp* e “Todas as alternativas” (respectivamente quatorze e treze votos). *Twitter* e *Facebook* apresentam, respectivamente, somente dois e três votos. Para comparar com dados oficiais e com um número maior de entrevistados, foram utilizados dados da Fundação Oswaldo Cruz, que realizou uma pesquisa sobre mentiras espalhadas sobre a Covid-19 nos tempos de pandemia (FIOCRUZ, 2020). Os resultados alcançados foram apresentados na Figura 10.



Figura 10. Gráfico de representação da pesquisa realizada pela organização Oswaldo Cruz, (2020)



Como se pode perceber, o *Whatsapp* permanece como a maior difusora dessas mentiras, porém, dessa vez, sendo escolhido por 73,7% dos entrevistados, o que mostra a prevalência dessa rede sobre o restante. Outro exemplo é uma pesquisa feita pelo Monitor de Debate Político do Meio Digital, da USP, que constatou o seguinte: em um estudo realizado sobre uma *fake News* acerca de uma foto da candidata Marielle junto do Marcinho VP juntos, 41% do público viu a imagem ser compartilhada em grupos da família (Mendonça, 2018)

Já em oposição à pesquisa, o *Twitter* não foi votado, enquanto o *Instagram*, por exemplo, recebeu 10,5%, e o *Facebook*, 15,8%, formando um paralelo em que o *Whatsapp* é considerado a fonte matriz da maioria das mentiras.

A disseminação tão intensa das *fake news* nas redes sociais ocorre por conta de os algoritmos dessas redes compartilharem para cada indivíduo o que ele quer ver ou o que vai ao encontro de seu ponto de vista. Isso não seria um problema - o algoritmo compartilhar o que o público quer ver -, no entanto, como tal atividade ocorre disparando mensagens em massa para o aparelho das pessoas sem que haja um monitoramento do que o algoritmo programado está compartilhando, cria-se uma lógica subterrânea de difusão de informação (Alberto, 2020)

Aspectos para identificar uma *fake news*

Apesar de as *fake News* estarem com produção cada vez melhor e similares a notícias de cunho verídico, chegando a um estágio em que se torna, muitas vezes, extremamente difícil distingui-las, as notícias falsas ainda apresentam características peculiares que podem ser identificadas, tornando-se mais fácil a avaliação da veracidade dos fatos apresentados. Esses aspectos são:

- Estilo de redação distinto de notícias verdadeiras, utilizando-se de uma linguagem muito mais simples (Almeida; Doneda; Lemos, 2018);



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

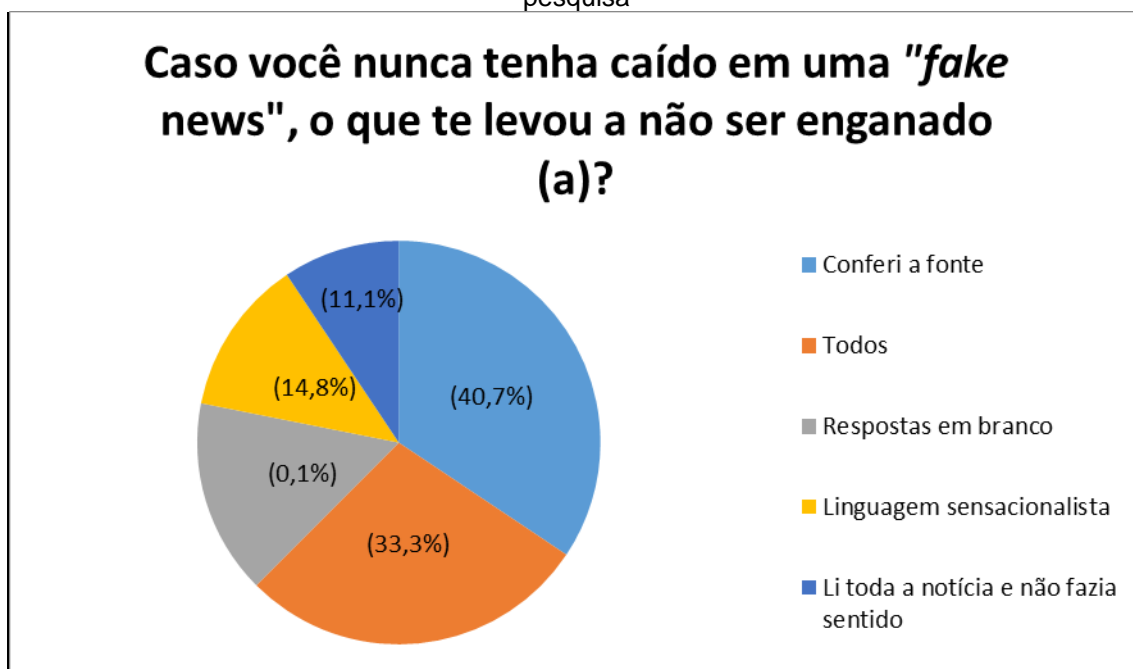
PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

- Utilização da indignação popular (Almeida; Doneda; Lemos, 2018);
- Manchetes escritas de forma exagerada com objetivo do “Clickbait” (Yukio, 2019);
- Utilização de linguagem sensacionalista, exploração de um tom espalhafatoso, escandaloso e chocante (Angrimani, 1995);
- Ausência ou diluição da autoria e das fontes da informação publicada (Mendonça, 2018).

Essas características estão diretamente relacionadas às estratégias utilizadas para fazer o seu compartilhamento ser mais intenso. Isso pode ser comprovado por meio das respostas à pergunta número cinco do questionário – “Caso você nunca tenha caído em uma *fake news*, o que o levou a não ser enganado (a)?”. As respostas foram as demonstradas na Figura 11.

Figura 11. Representação gráfica dos resultados obtidos com a pergunta 5 do questionário de pesquisa



(Fonte: Autor)

Como se pode observar, a segunda opção mais votada foi Todos, o que envolvia considerar o aspecto mais característico das *fake news*: a sua linguagem sensacionalista. Além disso, ao se somar a opção todos com as respostas de linguagem sensacionalista diretamente, ela se torna o principal aspecto considerado pelos entrevistados na hora de analisar a veracidade de um texto jornalístico.

Quais são as estratégias utilizadas para as *fake news* serem tão compartilhadas?

De acordo com Liliana Bounegru, escritora e editora do *The Data Journalism Handbook* e autora de diversos livros, ao definir *fake news*, ela afirmou: “para se tornarem *fake news*, elas precisam mobilizar um grande número de público – inclusive testemunhas, aliados, reações e



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

partilhas, assim como oponentes para contestar, sinalizarem e desmenti-los” (Delmazo; Valente, 2018). Assim, as *fake news* são produzidas com o objetivo de chamar a atenção e de manipular o máximo de leitores possível, mobilizando massas pelos interesses do autor. Dessa forma, muitas estratégias são aplicadas pelos criadores dessas mentiras para aumentar o alcance e o público mobilizado por elas. Essas estratégias estão diretamente ligadas às características de construção das notícias falsas, que são planejadas justamente visando à disseminação, e também ao algoritmo das redes sociais, que, conforme o perfil dos usuários traçado, compartilha a notícia para uma quantidade de pessoas maior ou menor segundo os interesses delas (Alberto, 2020). As estratégias são

- Apresentar informalidade para ser facilmente digerida e interpretada por qualquer um da forma desejada (Yukio, 2019);
- Atribuir a indivíduos, a fatos ou a grupos sociais rótulo negativo ou positivo para manipular a opinião de quem lê (Brisola; Bezerra, 2018);
- Conter envolvimento e parcialidade, introduzindo uma opinião (Brisola; Bezerra, 2018) destinada a concordar com a de um grupo social específico, sendo este o público-alvo da notícia;
- Utilizar-se de sensacionalismo para chamar mais a atenção dos leitores a fim de apelar para os sentimentos negativos básicos do ser humano, como raiva e medo (Almeida; Doneda; Lemos, 2018).

CONSIDERAÇÕES

Por meio do conteúdo apresentado durante todo esse projeto de pesquisa, são propostas soluções (o objetivo do estudo) para lidar com as *fake news*. Apresenta-se, pois, uma lista de ações que podem servir para evitar a desinformação tanto individual quanto socialmente, fazendo-se referência à veiculação desse tipo de notícia pelos meios de comunicação (de forma mecânica ou por meio de algoritmos, ferramentas que estão sendo desenvolvidas com o uso também de inteligência artificial). (JORNAL USP, 2018)

As medidas que podem ser tomadas como uma solução à desinformação são:

1. Ler a notícia inteira, não apenas o título (Gragnani, 2018);
2. Avaliar a estrutura do texto, pois artigos falsos, normalmente, cometem erros gramaticais (Dagi, 2020), e, principalmente, se utilizam de linguagem sensacionalista;
3. Tentar pesquisar os fatos citados na notícia de forma individual (Gragnani, 2018);
4. Pesquisar em outros meios de comunicação (Dagi, 2020);
5. Investir em entidades que conseguem desenvolver métodos para diminuir a disseminação de mentiras nas redes (Peixoto, 2020);
6. Evitar obter informações por meio de mensagens enviadas por outras pessoas (Peixoto, 2020);
7. Só compartilhar quando souber que a notícia é verdadeira (Battaglia, 2021);



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

8. Espalhar informações verdadeiras, tanto por meio do contato com indivíduos da comunidade quanto por meio da ação de meios de comunicação e de figuras de maior alcance.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, V.; DONEDA, D.; LEMOS, R. *et al.* Com avanço tecnológico, fake news vão entrar em fase nova e preocupante. **Folha de S. Paulo**, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br>. Acesso em: 10 jun. 2021.

ALZAMORA, G. C.; ANDRADE, L. A dinâmica transmídia de fake news conforme a concepção pragmática de verdade. **MATRIZES**, v. 13, n. 1, p. 109-131, 2019. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p109-131>

ANGST, Flávia Holz; BOGLER, Carolina Marcelli. "Fake news: a influência nas eleições norte-americanas e as medidas preventivas norteadoras das eleições brasileiras de 2018. **(Re) Pensando Direito**, Santo Ângelo, RS, v. 9, n. 17, p. 259-274, 2019.

ARAÚJO, C. O fenômeno da pós-verdade e suas implicações para a agenda de pesquisa na ciência da informação. **Encontros bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Belo Horizonte, v. 25, 2020.

BATTAGILA, R. Como identificar e combater "fake news?", **Revista Super**, 2021. Disponível em: <https://super.abril.com.br/sociedade/como-identificar-e-combater-fake-news/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. Desinformação e circulação de "fakenews": distinções, diagnóstico e reação. *In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, **ENANCIB**, n. XIX, 2018.

CARRILET, D. O que são "fakenews"? Origens e Perigos. **Mundo Educação**, 2021. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/curiosidades/fake-news.htm>. Acesso em: 11 abr. 2021.

CARVALHO, M. F. C. de; MATEUS, C. A. FAKE NEWS E DESINFORMAÇÃO NO MEIO DIGITAL: análise da produção científica sobre o tema na área de Ciência da Informação. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 8, n. 2, 2018.

DAGI. **Como identificar "fakenews"?**, [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://sites.ufpe.br/dagi/2020/07/05/como-identificar-fake-news/>. Acesso em: 08 ago. 2021.

DARNTON, R. A verdadeira história das notícias falsas. **SAS, EL PAÍS**, 30 abr. 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com>. Acesso em: 11 abr. 2021.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. Nova Media Lab e Lapcom. Lisboa; Brasília: Universidade Nova de Lisboa; Universidade de Brasília, 2018.

FANTÁSTICO. Mais de 70% dos brasileiros com internet já acreditaram em uma fake news sobre coronavírus. **FANTÁSTICO**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2020/05/03/mais-de-70percent-dos-brasileiros-com-internet-ja-acreditaram-em-uma-fake-news-sobre-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 15 de agosto de 2021.

FILHO, O. O quê é falso sobre fake news. **Revista USP**, São Paulo, v. 116, 2018.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

PRECISAMOS FALAR SOBRE FAKE NEWS

Lorenzo Lucero Soares, Maria Tereza Cavalcanti Palmeira Faria, Alessandro da Silva Ramos

FIOCRUZ. Pesquisa revela dados sobre 'fake news' relacionadas à Covid-19. **Portal Fiocruz**, 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-fake-news-relacionadas-covid-19>. Acesso em: 13 jun. 2021.

GOMES, S. F.; PENNA, J. C. B. de O.; ARROIO, A. *et al.* Fake News Científicas: Percepção, Persuasão e Letramento **Ciênc. Educ.**, Bauru, v. 26, 2020.

GRAGNANI, J. Para mandar no grupo da família: um guia de como checar se uma notícia é falsa. **BBC**, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45043716>. Acesso em: 09 de agosto de 2021.

IBGE. **Conheça o Brasil - População – Educação**. Brasília: IBGE, 2019. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18317-educacao.html#:~:text=Tamb%C3%A9m%20em%202019%2C%2046%2C6,4%25%2C%20o%20superior%20completo>. Acesso em: 16 ago. 2021.

LOUREIRO, Robson; GONÇALVES, Emerson. (Semi)formação no contexto das fake news e da pós verdade na sociedade excitada - de adorno a Türcke. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 37, 2020.

MENESES, J. Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news. **Journal Special**, Maia, 2018.

OLIVEIRA, S. Disseminação da informação na era das fake news. **GT 1 – Cultura, informação e sociedade**, Belo Horizonte, 2018.

PEIXOTO, A. Estas ferramentas ajudam a detectar informações falsas. Saiba como identificar fake news, **Observador**, 2020. Disponível em: <https://observador.pt/2020/03/20/estas-ferramentas-ajudam-a-detetar-informacoes-falsas-saiba-como-identificar-fake-news/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

PEREIRA G, G. D.; CÉSAR S. M. Fake news à luz da responsabilidade civil digital: o surgimento de um novo dano social. **Revista Jurídica Da FA7**, v. 16, n. 2, p. 99-114, 2019. <https://doi.org/10.24067/rjfa7;16.2:940>

PITASSE, M. A fake news e a disputa política por desinformação. **Brasil de fato**, Rio de Janeiro, 2020.

REDAÇÃO GALILEU. Notícias falsas são 70% mais compartilhadas do que as verdadeiras. **Revista Galileu**, 2018. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/noticia/2018/03/noticias-falsas-sao-70-mais-compartilhadas-do-que-verdadeiras.html>. Acesso em: 14 ago. 2021.

ROCHA, M. **O poder da desinformação**: Fake News, desonestidade intelectual e Pós-Verdade. Mato Grosso do Sul: OAB de Mato Grosso do Sul, 2020.

SAKURAI, G. **Processamento de linguagem natural-detecção de fake news**. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2019.

WENDLING, M. Como o termo "fake news" virou arma nos dois lados da batalha política mundial. **SAS. BBC Brasil**, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese>. Acesso em: 11 abr. 2021.