



ISSN 1982-999X |

# Catalisadores das Fake News: Uma Discussão Teórica no Âmbito Sociológico

Fake News Catalysts:  
A Theoretical Discussion in Sociological Contexto

Marina Maria Soares Silva  
(Universidade do Minho, Portugal)

## Resumo

A desinformação está em ascensão nesta era intitulada de pós-verdade, e apresenta-se como um assunto capaz de permitir um amplo campo de investigação. Tendo em consideração as ameaças e consequências da desinformação, através de casos práticos dos últimos anos, é importante perceber no viés sociológico possíveis fatores que impulsionam as pessoas para a credibilização de inverdades. Com isso, o presente artigo propõe uma revisão de literatura, com trabalhos publicados de 2015 a 2019, e uma discussão sobre os possíveis fatores no contexto referido. Como resultado, foram apresentados insights capazes de trazer uma reflexão para investigações futuras.

**Palavras-chave:** Desinformação. Viés Sociológico. Fake News. Catalisadores.

## Abstract

Disinformation is rising in this era called post-truth, and it is a subject capable of allowing a wide investigation field. Considering the threats and consequences of disinformation, through practical cases in recent years, it is important to understand, from a sociological point of view, factors that could influence people towards to believe in untruths. Therefore, this article proposes a literature review, with works published from 2015 to 2019, and a discussion of possible factors in this context. As a result, insights were presented that could bring a reflection for future investigations.

**Keywords:** Disinformation. Sociological Bias. Fake News. Catalysts.



## 1 Introdução

A trivialidade do termo “fake news”, não faz jus a gravidade que este representa. É comum indagações com o termo em veículos de comunicação e a sua utilização até mesmo por aqueles que o promovem. Ainda assim, a preocupação com as consequências sociais causadas por notícias falsas abrange uma grande área de investigação sobre o tema.

Com isso, partindo do pressuposto da gravidade dos problemas causados pela desinformação, o presente artigo tem como objetivo principal analisar estudos relacionados à esfera sociológica do problema com enfoque nas fake news, um dos aspectos da desinformação. Tendo como base as metodologias utilizadas por Joaquim e Pesce (2014) e Ramos e Moraes (2016) foi realizada uma revisão de literatura com pesquisas selecionadas a partir do contexto sociológico pretendido.

Com isso, devido à intenção de criar insights na contextualização de desinformação atual, foram selecionados trabalhos para análise e discussão, a partir da leitura dos resumos, publicados entre 2015 e 2019. A questão de partida para desenvolvimento deste artigo foi: No contexto atual da desinformação, quais fatores contribuem para que as pessoas atribuam credibilidade e/ou valorizem as fake news?

Os principais critérios utilizados para escolha dos trabalhos incluídos nesse artigo foram a relação com o âmbito sociológico, como fatores comportamentais por exemplo, e serem publicados no período referido anteriormente. Este período foi estipulado por ser considerado como relevante na produção de conteúdo deste fenômeno, tendo em consideração a ascensão de

casos tidos como emblemáticos.

Para responder à questão de pesquisa, este artigo foi dividido em três partes principais, a primeira contém três tópicos com os principais pensamentos dos estudos selecionados. A segunda parte consiste numa discussão sobre os insights adquiridos através das leituras, e, por fim, foi realizada as considerações finais com indicações para trabalhos futuros.

## **2 Breve contextualização**

O tema desinformação está cada vez mais a ser estudado e pesquisado na academia. De forma ampla, este termo conecta-se a “ausência de informação e o ruído informacional” (PINHEIRO; BRITO, 2015, p. 5), e também se relaciona com o fator ignorância (PINHEIRO; BRITO, 2015). Neste sentido, entende-se que a desinformação permite outras narrativas empregadas dentro desse aspecto, como é o caso dos boatos e das fake news por exemplo (PINHEIRO; BRITO, 2015; MCGONAGLE, 2017).

A interferência no âmbito da política através de notícias manipuladas aconteceu em muitos países ao redor do mundo dos anos 2000 até 2019, como México, Nicarágua, Panamá, Honduras, El Salvador, Colômbia, Costa Rica, Guatemala, Venezuela, França, Alemanha, Quênia, Brasil, Estados Unidos, Reino Unido e Egito (POSETTI; MATTHEWS, 2018). Porém, é válido ressaltar que isso não é algo de novo, a conspiração para manipulação dos factos com intenções de todos os tipos é algo comum na civilização, desde pelo menos a Roma antiga (TEIXEIRA, 2018; POSETTI; MATTHEWS, 2018).

As notícias falsas ou fake news, foi um termo que se tornou viral após ser empregado por Donald Trump em 2016, nos EUA, ao afirmar que a imprensa estava a fazer

um trabalho contra ele através de fake news. Depois do ocorrido este termo passou a se espalhar mundialmente (POSETTI; MATTHEWS, 2018). De forma geral, para Allcott e Gentzkow (2017, p. 213) as fake news podem ser definidas como “news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers”. As fake news pode se enquadrar para meios noticiosos online, impressos ou auditivos, porém, há autores que defendem um viés de propagação mais favorável das notícias fraudulentas pela internet, com o mesmo objetivo de enganar as pessoas (ZHANG; GHORBANI, 2019, p. 4).

Nos últimos anos, casos com conexão com fake news tomaram grandes proporções, as quais revelaram uma crise na informação. Tornou-se clichê referir as eleições de 2018 no Brasil como exemplo da gravidade da desinformação em pleno século XXI, mas é quase inevitável não lembrar deste evento. Outro caso emblemático que deve ser ressaltado, é o da Cambridge Analytica, empresa de análise de dados e comunicação, encerrada em 2018, que conseguiu influenciar o comportamento das pessoas através da disseminação de fake news prioritariamente no Facebook, no período das eleições de 2016 nos EUA e na votação para o BREXIT no Reino Unido (THE GREAT HACK, 2019).

Sendo assim, a popularização do termo fake news se torna cada vez mais compreensível diante dos casos emblemáticos ocorridos recentemente, que afetou não só a política, como também a ciência, o turismo e até o sistema de saúde. A desvalorização da ciência, por exemplo, é extremamente preocupante, as campanhas contra vacinação e o levante da ideia sobre a terra ser plana, são casos que indicam que toda a informação está a ser passivelmente credível e que os factos se tornaram

duvidosos (TEIXEIRA, 2018).

Contudo, há o pensamento de que a literacia dos media nas escolas da América é algo imprescindível, já que em uma pesquisa realizada, estudantes apresentaram muitas dificuldades em distinguir os factos dos “falsos factos” (GOERING; THOMAS, 2018). Apesar de citar um estudo sobre o público jovem, é evidente que o problema referido não se restringe a faixa-etária, já que adultos também podem atribuir credibilidade às fake news (BONNER *et al.*, 2018).

A sociedade está exposta e suscetível à desinformação, é um facto o qual não se pode omitir. A omissão desse tema também esconde um interesse por trás, assim como as manipulações em todos os níveis também possuem interesses. Portanto, aprofundar o estudo neste assunto indica, para além do contributo académico, uma necessidade atual da sociedade.

### **3 O hábito da partilha nas redes sociais**

As redes sociais são de forma recorrente citadas por sua grande capacidade de difusão das notícias falsas, além disso, a “cultura de partilha” de notícias nas redes é algo que também influencia tal situação (DELMAZO; VALENTE, 2018, p. 166). Toda a dependência da tecnologia anteriormente criada, o hábito de partilhar acontecimentos da vida pessoal e profissional, ideias as quais o indivíduo se identifica, como também demonstrar o que não concorda, em suma a partilha do que simplesmente lhe convém, atualmente aparenta ser um ambiente apropriado para a desinformação.

A maneira de interagir nas redes sociais contribuiu para o encontro de pensamentos comuns em larga escala, e a partilha de alguma informação permite que os

indivíduos se identifiquem uns com os outros (PINTO, 2018). Portanto, o hábito de partilhar informação tornou-se fator chave no convívio social virtual.

A ascensão do uso das redes sociais permitiu também que o usuário utilize a ferramenta mesmo que sem muitas habilidades para tal ou bom senso. Isto é, qualquer pessoa passou a ter voz e a veicular sua opinião sobre qualquer assunto e mesmo sem conhecimento (SILVEIRA *et al.*, 2017), com a grande possibilidade de encontrar outras pessoas com as mesmas opiniões, ou ainda que o seu post seja altamente repercutido nos media.

Para Silveira *et al.* (2017, p.111), a ascensão das redes sociais culminou no surgimento de novos meios de comunicação e a “ética do jornalismo” está a ser colocada em segundo plano, pois o que passou a importar foi o engajamento dos seguidores, com os cliques e as partilhas. É de ressaltar que este engajamento que está associado com a notícia também nem sempre é verdadeiro, pois a partilha nas redes sociais passaram a ser manipuladas por bots (SHAO *et al.*, 2017), criados com o objetivo de influenciar opiniões.

A diminuição do compromisso com a notícia acertada diante da importância dos cliques e partilhas transformou práticas jornalísticas, que muitas vezes entrega a notícia incompleta, errada e/ou de forma confusa ou dúbia ao leitor. Até a forma de como os links são colocados nos posts é uma forma de dificultar o entendimento do que realmente se trata a notícia, além disso a própria formatação das notícias falsas chamam mais atenção das pessoas (SILVEIRA *et al.*, 2017; DELMAZO; VALENTE, 2018; ALCANTARA, 2019).

A partilha de conteúdo que apela às emoções é

uma das razões que dificultam, para os leitores, a percepção dos factos (ANDRADE; PONTE, 2019, p. 30). Não obstante, colocar conteúdos emotivos em um post é uma forma de atrair mais partilhas de notícias, juntamente com uma forte narrativa e componente visual (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 38 e 39). Sendo assim, têm-se um ciclo envolvente entre a emoção e razão, o qual a emoção corrobora para a não atenção aos detalhes, que podem diagnosticar uma notícia falsa.

Para Sastre e Carvalho (2018, p. 96) existem características do conteúdo das fake news que influenciam o comportamento do usuário, como o conteúdo sensacionalista, apelativo, uma situação de ameaça, denúncia ou prevenção. Os mesmos autores ressaltam ainda que a credibilidade que o usuário atribui a quem partilhou a informação também influencia no comportamento do usuário e a fonte da informação não é algo que entra em causa neste ciclo.

No contexto das redes sociais, as relações interpessoais podem ser uma fonte de credibilidade de notícias ou não, assim sendo, uma fake news partilhada por algum perfil amigo é mais fácil de ser tida como facto (ITAGIBA, 2017). Por isso, a condição de partilha também está relacionada a questões sociais de confiança em alguém e grau de relacionamento (SINTRA, 2019), ou seja, quanto maior a proximidade, mas se credibiliza o conteúdo informativo que um indivíduo partilha, o que pode provocar réplicas sem muitas precauções.

Além disso, a identificação do indivíduo com uma notícia afeta a partilha, o que é entendível, mas pode influenciar a proliferação de fake news. Isto é, a probabilidade de um indivíduo partilhar uma notícia, mesmo sendo falsa, mas que apresente conteúdo o qual

compreende suas convicções e posicionamento é muito maior (BAKSHY *et al.*, 2015).

Estas implicações da partilha, que continuam a servir também de caracterização de um indivíduo, tomou novos rumos de desinformação em massa. O cenário preocupante atual ainda engloba ideologias, cultura e as crenças pessoais, pois encontram-se em maior conflito com os factos, já que têm-se uma disputa entre as informações convenientes aos indivíduos, “suas próprias verdades”, e os factos em si (FRANÇA *et al.*, 2018).

#### **4 Outras narrativas que fomentam o caminho das fake news**

Apesar do avanço enorme do ciberespaço no século atual, a internet é vista como um meio condutor propício à desinformação, e pior, ao descontrolo desta disseminação (ALCANTARA, 2019). É neste contexto que pode-se perceber a importância da credibilização dos veículos de notícias, e a importância do compromisso com a verdade por parte de quem a divulga. Porém, Há uma descredibilização e pouco enfoque nas notícias fundamentadas e bem apuradas, e uma ascensão de veículos de notícias não-tradicionais (FERREIRA, 2018), o que põe em causa o compromisso com a informação.

A possibilidade do perfil nas redes sociais, tornou-se outra forma de uma pessoa conseguir popularidade (SILVEIRA *et al.*, 2017). A popularidade nas redes incentivou e criou um novo mercado de consumo e ter um perfil com muitos seguidores tornou-se uma forma de trabalho. Dessa forma, os influencers digitais adquirem naturalmente uma preocupação em manter ou ganhar novos seguidores, ou seja, esta condição quantitativa pode influenciar diretamente no conteúdo que é publicado.



A possibilidade de criação de grupos com pessoas ao redor do globo que tenham pensamentos semelhantes, ou a possibilidade de buscar informações sobre inúmeros temas, torna a internet fascinante. Com as ferramentas da internet que permitem saber os conteúdos mais comentados, ou que ajudam na criação de palavras chave, enunciados para chamar a atenção dos usuários e entre outras funções bastante comuns atualmente, todo tipo de notícia pode “correr” o mundo em segundos (MCNAIR, 2018).

Lopes e Bezerra (2019) indagam sobre a “hiperinformação” a qual temos acesso na internet e isto, apesar de ter seu valor importante para a sociedade, gera uma inconstância no acesso à informação relevante. De acordo com Silveira et al., (2017, p. 111) “[...] o leitor, majoritariamente, passa a não ter a capacidade de diferenciar se determinado conteúdo é verdadeiro ou não [...]”. Este mar de informação pode confundir o leitor ou atraí-lo para notícias falsas e manipulá-lo, “todo esse excesso de informação dúbia dá forma ao que chamamos de “massa de manobra pseudo-esclarecida” (GOMES, 2018, p. 73).

A grande quantidade de informação, influencia também na velocidade a qual a consumimos, a urgência de a todo momento estar conectado e atualizado, é reflexo do contexto prático da internet de veiculação e leitura de notícias (MCNAIR, 2018; BARBOSA, 2017). De acordo com Canavilhas e Ferrari (2018, p. 38) o nosso cérebro não tem tempo de verificação da verdade, até porque por muitas vezes os leitores passam adiante a notícia sem terminar de ler o texto completo e sem conferir a fonte da informação.

Com o poder do acesso à informação nas próprias

mãos, a ideia de conhecer a verdade parece ser um facto simples e possível. Por isso, pode-se perceber que muitas pessoas não têm sequer a consciência do quanto está exposta a informações falsas diariamente. Um estudo realizado com usuários do facebook, por exemplo, concluiu que a maior parte da amostra referiu ser capaz de diferenciar o facto da notícia falsa, mas ao questionar a mesma amostra com casos práticos de fake news, foi visto que não sabiam diferenciar (GUERREIRO, 2018).

Esta realidade de desinformação e/ou fake news, permite também o questionamento sobre as notícias dos meios de comunicação em geral “o que se lê nos meios de comunicação é sempre verdade?” (ALCANTARA, 2019, p. 196), e claramente diante dos casos já referidos, pode-se dizer que não. Ainda assim, é preciso entender as circunstâncias da legitimidade da falsa notícia, “[...] a conexão entre o que se toma por verdadeiro ou falso no espaço informacional da rede, é crucial para aprender como discursos são produzidos por vozes não autorizadas para tal e em que circunstâncias se tornam legítimos” (LOPES; BEZERRA, 2019, p. 272). Portanto, um momento de crise económica num país por exemplo, pode ser uma circunstância de notícias manipuladas tornarem-se legítimas. Por isso, a importância das fontes fiáveis, mas, esta mesma importância se fragiliza nestes momentos de crise.

O caos não permite tanta clareza ao indivíduo, “num cenário onde as pessoas têm de tomar decisões, elas se baseiam em informações acessíveis, que podem ser ambíguas, incorretas e imprecisas, mas que não param de se espalhar” (ALCANTARA, 2019, p.196). Todo esse contexto de instabilidade e acesso à um volume imenso de informações, contribui para que a desinformação

consiga grandes proporções. Com isso, incluem-se outros fatores do perfil do leitor que podem contribuir para o “fluxo desinformativo”, “[...] a crença, o símbolo, ajudam no processo de convencimento. Sendo fácil o convencimento, basta colocar a notícia em um terreno que se propague rapidamente. Esse terreno é a internet e as redes sociais.” (GOMES, 2018, p. 86).

Diante da força da internet para disseminar informações falsas, passa-se a questionar como lidamos com as tecnologias. O avanço tecnológico e a dependência crescente dessas ferramentas podem ser vistos como um fator de risco para a sociedade. Por isso, há autores que criticam a forma como a tecnologia é tratada, como é ovacionada pela sociedade, e como é vista como uma “panaceia” dos problemas da sociais (LOPES; BEZERRA, 2019, p. 266).

A política, por sua vez, se mostrou um tema forte para utilização de notícias falsas, o que contribui para o aumento da polarização (DELMAZO; VALENTE, 2018). Os grupos criados nas redes a favor ou contra candidatos fomentaram uma discussão, por muitas vezes, desrespeitosa, colocando as diferenças das opiniões como um fator ruim. Com isso, a disputa pela “verdade” baseou-se também na criação das notícias falsas para endossar as crenças dos indivíduos. A revista *the economist* citou o termo “política pós-verdade” para se referir ao tipo de fake news relacionada com viés político, falsas, a exemplo das fake news ocorridas no período de eleição do BREXIT em 2016 (CANAVILHAS; FERRARI, 2018, p. 37).

## **5 Insights sobre os estudos**

A múltipla utilidade da tecnologia foi em algum momento uma grande conquista para a sociedade. A

possibilidade de uma agenda virtual, a conexão com amigos e familiares do outro lado do mundo, o conhecimento de notícias através de um clique, foram aspectos que transformaram a tecnologia como parte fundamental da vida das pessoas. Com isso, as redes sociais colaboraram para esta evolução e dependência, a qual as pessoas tiveram a oportunidade de partilhar suas vidas, de forma real ou não, com outras pessoas, acompanharem os novos empregos e acontecimentos da vida dos amigos ou até ter informações de um destino turístico e assim sucessivamente. Diante dos acontecimentos dos últimos anos, talvez, esteja claro de que a tecnologia não só soluciona os problemas sociais, mas também os cria.

As redes sociais deram mais espaço de fala a sociedade, e talvez isso seja um marco para a democratização da comunicação. Notícias em geral, correntes com objetivos simbólicos ou reais ficaram mais fáceis de tornarem-se conhecidas e terem êxito. Porém, a disseminação de notícias fraudulentas e/ou manipuladas também aumentou, juntamente com o número de pessoas crédulas nas fake News. Isto coloca as tecnologias de comunicação com um novo paradigma relativamente ao comportamento da sociedade, o qual a desinformação está em evidência e pode manipular os comportamentos através das inverdades ou das verdades convenientes.

O hábito da partilha nas redes sociais é algo que afeta ainda mais o contexto de veiculação das fake news. O fator comum encontrado nos trabalhos lidos, retrata um ciclo como se fosse uma bola de neve: a emoção, a crença, e a partilha do que é verdade para um indivíduo o faz replicar notícias falsas, sendo que a produção das mesmas notícias também incluem características semelhantes para

influenciar a partilha da notícia pelo indivíduo.

Além disso, a partilha permite o indivíduo se expressar, ter voz, e isso colabora para o apreço a própria ação de partilhar. O relacionamento com as outras pessoas também afeta, isto é, a depender do grau de relacionamento dos indivíduos, as fontes da informação se tornam quase que irrelevantes. Nesse caso, onde está o benefício da dúvida? Para estar de acordo com muitas crenças, um indivíduo converte este benefício na aceitação sem questionamento, e isto é uma realidade de muitos séculos, que passou também a habitar o mundo digital.

A internet permitiu que pessoas com ideias semelhantes se “encontrassem”, e isso possibilitou a criação de grupos que partilham das mesmas ideias. Isto é algo brilhante da internet, conhecer o outro apenas com um clique, em contrapartida também influencia um indivíduo a explorar e contactar só aquela esfera que o é conveniente. Ou seja, só partilham e veem o que é do próprio interesse e de certa forma terminam por estruturar e fortificar cada vez mais as bolhas em que vivem. Dessa forma, não seria a internet também um meio de limitar um indivíduo?

Percebe-se que os dilemas do cotidiano foram passados também ao ciberespaço e as redes sociais permitiram uma integração massiva de pensamentos, seja lá qual forem. A interatividade na rede social possibilitou outra forma de convívio, onde as pessoas estão, um pouco, mais seguras no quesito de identificação, e se sentem livres para expressar o que bem entenderem. Pode-se refletir que a liberdade de expressão já permitia isso aos indivíduos, mas certas posturas são contidas quando o indivíduo só pode se manifestar na vida real, face-a-face com alguém.

Tudo está a ser posto em causa, as pessoas com a necessidade de alimentar uma vida virtual, se veem quase que na obrigação de contestar a favor das próprias crenças, através de verdades ou não-verdades - já não importa -, e encontraram o “espaço ideal” para isto. Com a ascensão das redes sociais, para além da possibilidade de popularização de um indivíduo, os grupos criados e fortalecidos ao redor do mundo, passou-se a querer provar qual das opiniões estão certas, apontar os piores defeitos de cada um dos lados e criar inverdades para descredibilizar ou influenciar outras pessoas contra as ideias opostas. A rede social uniu, mas também segregou a sociedade.

Portanto, a liberdade nas redes, em conjunto com as crenças e o interesse de grandes organizações de manipular o comportamento das pessoas são fatores que impulsionam as pessoas darem tamanha importância às fake news. Como um ciclo entre expressão, informação conveniente, grau de relacionamento com quem divulga uma notícia e todo um esquema de manipulação poderoso que dá bases para que uma notícia falsa possa ser credível.

É válido ressaltar que as narrativas que parecem ser absurdas de serem credíveis, são na verdade uma forma de chocar e manipular uma sociedade, a exemplo de que “o nazismo obteve êxito ao se impor por meio de narrativa única e avassaladora. O regime de totalitarismo que se instalou no país sobrepôs a desinformação aos fatos [...]” (TEIXEIRA, 2018, p. 34). Por isso, por mais ilógica que seja uma notícia falsa veiculada, esta é capaz de se tornar compreensível, credível e pior, fazer com que grupos a defendam e a multipliquem.

O jornalista por sua vez, passa por um momento

delicado por conta do sistema de importância da quantidade de cliques, partilhas e a necessidade de constante publicação de notícias novas regularmente, assiduamente, rapidamente. A desinformação prospera no ambiente em que a notícia já não é tão apurada para veiculação, e isto coloca o jornalista com o papel fundamental com o compromisso com os factos.

A pressão noticiosa do mundo pós-moderno influenciou nas práticas jornalísticas, de forma natural, mas o compromisso com a notícia foi abalado diante de novos meios não-tradicionais de veiculação de notícias e o crescimento da credibilidade de notícias passadas por pessoas sem muito conhecimento ou comprometimento com factos. Essas pessoas que podem ser não-jornalistas ganharam voz diante da sua popularidade nas redes sociais e precisam/gostam de manter a sua audiência alta.

Com isso, o jornalista comprometido com a verdade enfrenta na era da pós-verdade além do desafio com a apuração da notícia em meio a tantas fake news, a concorrência com veículos informativos não-tradicionais, incluindo pessoas com alta popularidade e baixo grau de capacidade/compromisso de apuração de uma notícia. Apesar de toda contextualização, casos, factos, inverdades ou pós-verdade, a informação não pode cessar, o papel do jornalista não pode nem deve cessar (SILVA, 2019).

Nota-se que as proporções e consequências de veiculação de inverdades na internet, e mais especificamente nas redes sociais, conforme citado pela maioria dos trabalhos discutidos neste artigo, foram assustadoramente além do imaginado. A força de empresas com controle de dados dos usuários das redes foi comprovada como no caso da Cambridge Analytica. O que pareceu aos colaboradores no início como uma forma

de ganhar vantagem competitiva e priorizar os próprios interesses, mostrou-se uma grande arma que pode abalar uma democracia.

## **6 Considerações finais**

A internet pode ser considerada um dos catalisadores da ascensão da desinformação. Algo imensamente contraditório e complexo, que se torna um grande desafio do século XXI. Medidas, estudos, e ações são cada vez mais necessárias para conter este fenómeno, se é que ainda é possível. Não há solução simples, pois há muito em causa, como a liberdade de expressão, por exemplo. Ainda assim, regulações para evitar ou punir quem veicula fake news já tem sido realizadas como no Quênia e na Alemanha (POSETTI; MATTHEWS, 2018). Essa discussão de regulamentação aos disseminadores de fake news, apesar de ser polêmica, é um viés de solução de pelo menos diminuição de ocorrências.

Para Delmazo e Valente (2018) o melhor caminho para controlar a desinformação é cortar apoio financeiro das páginas que publicam notícias falsas. Mas, diante de tantas ferramentas capazes de manipular as informações, pode-se refletir se o controle do possível “juízo” seria plausível e justo. Se um colunista de um jornal publica uma notícia falsa na esfera que atua, como identificar se foi intencional ou não? Ou ainda, deve-se punir o jornal como um todo ou aquele jornalista que fez a publicação? Questionamentos simples que podem tomar grandes proporções consoante as situações.

De acordo com o professor e jornalista Miguel Crespo, as crenças pessoais estão acima dos factos para grande parte da população (ABECASIS, 2018). Sendo assim, os aspectos pessoais de um indivíduo podem caracterizar



uma probabilidade maior de credibilização em fake news ou não. Ou seja, por muitas vezes o benefício da dúvida é comprometido diante da relação de quem lê a mensagem e quem a partilha ou publica. É como se o apreço a pessoa que fez a partilha da notícia é o que vale para a notícia ser verdadeira.

Apesar de toda discussão proposta, é válido ressaltar que toda a manipulação de notícias se baseia em interesses diversos, e por muitas vezes são construídas por organizações poderosas, preparadas e com recursos que fazem a notícia manipulada prosperar. Diferente de séculos passados, atualmente a ferramenta de disseminação e conhecimento do usuário que irá ler aquela notícia é exageradamente maior, por isso, a chance de manipulação em massa através de fake news é também absurdamente maior.

Todos os estudos incluídos neste artigo foram, evidentemente, de suma importância para a construção dos insights e a possibilidade de resposta da questão de partida proposta. Apesar desse facto, pode-se destacar as principais considerações lidas que apresentam maior conexão para a questão inicial “no contexto atual da desinformação, quais fatores contribuem para que as pessoas atribuam credibilidade e/ou valorizem as fake news?” conforme ilustrado no quadro a seguir:

Quadro 1: Principais teorias abordadas que respondem à questão de pesquisa do artigo

As ideias apresentadas no quadro anterior são as consideradas a terem uma conexão mais intrínseca como sendo os fatores que contribuem para que as pessoas credibilizem/valorizem às notícias falsas. Porém, diante da complexidade e necessidade de maior aprofundamento

do estudo sociológico nesse contexto, considera-se que a resposta da pergunta de partida não tem um ponto final neste artigo, e sim reticências.

Sendo assim, como proposto e discutido, saber mais sobre os fundamentos de credibilidade dessas notícias na perspectiva do receptor da mensagem é um dos tipos de pesquisa, nesse contexto, fundamental. Portanto, estudos que abordam tais influências, motivações e implicações são cruciais no entendimento das causas da ascensão da desinformação em pleno século XXI.

Dessa forma, para trabalhos futuros, seria relevante aprofundar o estudo em esferas sociológicas, para compreender mais o comportamento social em rede social específica ou em análise do comportamento dos indivíduos em casos emblemáticos de fake news. Isto seria uma maneira de obter conclusões como um diagnóstico, a fim de indicar alternativas de combate a tal fenômeno. Enquanto que as ferramentas do marketing social pretendem alterar o comportamento das pessoas visando um benefício social em comum, a desinformação é capaz de pôr em jogo a democracia. Isto invoca o perigo do poder que se tem através desse fenômeno de direcionar a sociedade a determinadas ações com interesses obscuros de cunho múltiplo, os quais quase sempre não claros na euforia da sua credibilização (SPINELLI; SANTOS, 2018; PRIOR, 2019).

## Referências

ABECASIS, T. **"Fake News Nas Redes. Quando a Verdade Põe Em Causa as Crenças, Ganham as Crenças"**. 2018. (4m26s). Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/10/24/video/verdade-poe->

causa-crencas-ganham-crencas-20181024-182110. Acesso em: 12 dez. 2019.

ALCANTARA, J. "Acredite Em Mim, Eu Sou Jornalista! Uma Abordagem Luhmanniana Sobre Desinformação". **Revista Estudos em Comunicação**, (2019), p. 189–199.

ALLCOTT, H.; Gentzkow, M. "Social Media and Fake News in the 2016 Election", **Journal of Economic Perspectives**, 31(2) (2017), p. 211–236.

THE Great Hack. Direção de Karim Amer, Jehane Noujaim. Estados Unidos: Netflix, 2019. 2h19m.

ANDRADE, A. F.; Ponte, C. "Literacia para notícias em tempos de desordem informacional: práticas e competências em jovens adultos". *In*: V CONGRESSO - LITERACIA MEDIA E CIDADANIA: TECNOLOGIA, DESINFORMAÇÃO E ÉTICA, 2019, Lisboa, p. 28–43.

BAKSHY, E.; MESSING, S.; ADAMIC, L. A. "Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook", **Science**, v. 348 (2015), p. 1130-1132.

BARBOSA, B. "Urgência e Cibercultura a vivência sob alerta no tempo real". *In*: A explosão do Ciber mundo velocidade, comunicação e (trans)política na civilização tecnológica atual. São Paulo: Annablume. 2017, p. 49–6).

BONNER, S.; SEGLEM, R.; GARCIA, A. "Creating wobble in a world of spin - positioning students to challenge media poses". *In*: B. Sense (Ed.). **Critical Media Literacy and Fake news in Post-Truth America**. Boston: Leiden. 2018, p. 140-154.

CANAVILHAS, J.; FERRARI, P. "Fact-checking: o jornalismo regressa às origens". 2018, p. 31–49.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. "Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques", **Media & Jornalismo**, 18(1) (2018), p. 155-169.

FERREIRA, R. R. "Rede de mentiras: a propagação de fake

news na pré-campanha presidencial brasileira", **OberCom**, (2018), p. 139–162.

FRANÇA, J. M. M. S. da; SUZART, M. S.; RIBEIRO, D. C. (2018). "Pós-Verdade e Fake News: O Jornalismo na Contemporaneidade". *In*: VIII ENCONTRO NACIONAL DE JOVENS PESQUISADORES EM JORNALISMO (JPJOR), 2018, São Paulo, p. 1–10.

GOERING, C. Z.; THOMAS, P. L. **Critical Media Literacy and Fake news in Post-Truth America**. Boston, Leiden, 2018.

GOMES, G. F. "As condições estruturais da era da pósverdade". *In*: **A (pós) verdade em uma época de mutações civilizacionais**. Serra: Milfontes, 2018, p. 71–92.

GUERREIRO, M. C. (2018). "**Fake news no facebook – como são percebidas e influência na percepção da credibilidade da comunicação das marcas**". 2018, 55 f. Dissertação (Mestrado em Marketing) - Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade de Lisboa.

ITAGIBA, G. "**Fake news e Internet: esquemas, bots e a disputa pela atenção**". 2017, p. 1-5.

JOAQUIM, B. dos S.; PESCE, L. (2014). "As tecnologias digitais da informação e da comunicação nos contextos da educação de jovens e adultos", **Olh@res**, 4(1) (2014), p. 86–106.

LOPES, B. da C. M.; BEZERRA, A. C. "Entre hiperinformação e desinformação: o “fio de ariadne” para a preservação da informação na web", **Liinc Em Revista**, 15(21) (2019), p. 261–274.

MCGONAGLE, T. ""Fake news": False fears or real concerns?", **Netherlands Quarterly of Human Rights**, 35 (2017), p. 203–209.

MCNAIR, B. **Fake News Falsehood, Fabrication and**

- Fantasy in Journalism.** New York: Routledge, 2018.
- PINHEIRO, M. M. K.; BRITO, V. P. "Em busca do significado da desinformação", **Revista de Ciência da Informação**, 15(6) (2015), p. 1–7.
- PINTO, P. J. R. "**Fake news e social media em Portugal: conceitos, realidades e hipóteses. O caso da página 'Os Truques da Imprensa Portuguesa'**". 2018, 298 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Faculdade de Letras, Universidade do Porto.
- POSETTI, J.; MATTHEWS, A. "A short guide to the history of 'fake news' and disinformation", **International Center for Journalists**. Washington, 2018.
- PRIOR, H. "Mentira e política na era da pós-verdade: fake news, desinformação e factos alternativos", **Comunicação Digital: Media, Práticas e Consumos**, 2019, p. 75–97.
- RAMOS, F.; MORAIS, N. "Tecnologias da Informação em Educação", **Indagatio Didactica**, 8(2) (2016), p. 119–133.
- SASTRE, A.; CARVALHO, J. M. de. "O comportamento do usuário no processo de difusão de fake news: reflexões sobre o processo de comunicação nas plataformas digitais", **Comunicação & Informação**, 21(3) (2018), p. 91–106.
- SHAO, C. *et al.* "**The spread of fake news by social bots**". Indiana University: Bloomington, 2017, p. 1-16.
- SILVA, A. F. "Porque é que as fake news se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo?", **Comunicação Pública** [Online], 14(26) (2019).
- SILVEIRA, A.; SANCHOTENE, C.; LAVARDA, S. "Quando as Notícias mais Compartilhadas são Falsas: a Circulação de Boatos durante a Semana do Impeachment no Facebook", **Comunicação & Informação**, 20(3) (2017), p. 99–112.
- SINTRA, M. C. D. "**Fake News e a Desinformação: Perspetivas comportamentos e estratégias**

**informativos**". 2019, 113 f. Dissertação (Mestrado em Gestão e Curadoria da Informação) - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

SPINELLI, E. M.; SANTOS, J. de A. "Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news", **Revista Observatório**, 4(3) (2018), p. 759-782.

TEIXEIRA, A. "**Fake news contra a vida: desinformação ameaça vacinação de combate à febre amarela**". 2018, 97 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Faculdade de Filosofia, comunicação, Letras e Artes, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

WARDLE, C.; Derakhshan, H. "Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making council of europe report", **Council of Europe report**, 2017, p. 1-119.

ZHANG, X.; GHORBANI, A. A. (2019). "An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion", **Information Processing and Management**, 126(1) (2019), p. 1-26.

Marina Maria Soares Silva

Doutoranda em Ciências da Comunicação (Universidade do Minho).

E-mail: marinamaria.soares@gmail.com

*Submetido: 19/03/2020*

*Aprovado: 10/04/2020*