

**UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES
INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE PESQUISAS DO RIO DE JANEIRO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA**

CARLOS HENRIQUE VALE DE PAIVA

**MITOS E AS REDES: ANÁLISE DA DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO E
TEORIAS CONSPIRATÓRIAS PARA FINS POLÍTICOS ENTRE UNIVERSITÁRIOS
BRASILEIROS**

RIO DE JANEIRO

2023

CARLOS HENRIQUE VALE DE PAIVA

**MITOS E AS REDES: ANÁLISE DA DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO E
TEORIAS CONSPIRATÓRIAS PARA FINS POLÍTICOS ENTRE UNIVERSITÁRIOS
BRASILEIROS**

Dissertação de Mestrado em Sociologia Política
apresentado ao Instituto Universitário de Pesquisas
do Rio de Janeiro da Universidade Candido Mendes
como requisito parcial para obtenção do título de
Mestre em Sociologia Política.

Orientador(a): Dr^a. Janine Targino

RIO DE JANEIRO

2023

**MITOS E OS ALGORITMOS: ANÁLISE DA DISSEMINAÇÃO DE
DESINFORMAÇÃO E TEORIAS CONSPIRATÓRIAS PARA FINS POLÍTICOS
ENTRE UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS**

Dissertação de Mestrado em Sociologia Política
apresentado ao Instituto Universitário de Pesquisas
do Rio de Janeiro da Universidade Candido Mendes
como requisito parcial para obtenção do título de
Mestre em Sociologia Política.

Orientador(a): Profa. Dr^a. Janine Targino

Aprovado em: __/__/____

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Janine Targino da Silva - IUPERJ

Professor Doutor Paulo Gracino Junior - UNB

Professora Doutora Camila Gonçalves De Mario - IUPERJ

RIO DE JANEIRO

2023

DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação de mestrado a todos aqueles que me apoiaram ao longo desta jornada acadêmica. Em especial, dedico à minha avó materna, que foi meu principal pilar de força e fonte de sabedoria. Seu amor, incentivo e sábios conselhos foram fundamentais para manter minha motivação e perseverança durante todo o processo de pesquisa e escrita. Também dedico ao meu avô materno, que sempre esteve presente, oferecendo-me apoio e inspiração através de sua força e superação.

Dedico esta conquista à minha mãe e ao meu pai, cujo apoio e amor incondicional sempre me incentivaram a buscar meus objetivos e nunca desistir dos meus sonhos. Suas trajetórias são minhas maiores referências, e sou imensamente grato por todo o suporte que me deram ao longo do caminho.

Dedico também aos meus irmãos, Maria, Peter e Líva, que são uma grande parte da minha inspiração e motivação para seguir em frente

Além disso, dedico esta conquista aos meus professores e orientadores, que estiveram sempre ao meu lado, guiando-me com paciência e sabedoria. Em especial, à minha orientadora, que foi sempre muito atenciosa e paciente em todas as etapas deste trabalho.

Espero que este trabalho possa contribuir de alguma forma para o avanço do conhecimento em minha área de estudo e ser um tributo à minha avó, avô materno, pais, irmãos e a todos aqueles que acreditaram em mim e me ofereceram apoio durante essa jornada

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer de coração a todas as pessoas que me ajudaram e apoiaram durante a jornada do mestrado. Primeiramente, minha orientadora Janine Targino, que teve imensa paciência, atenção e acolhimento durante todo o processo. Agradeço também ao Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Rogério Ferreira de Souza, por seu apoio e dedicação.

Não posso deixar de mencionar os queridos professores que fizeram parte da minha trajetória acadêmica: Paulo Gracino, Camila de Mario, Rodrigo Monteiro, Fernando Vieira e Antônio Botelho, pessoas de sabedoria imensa e que ensinam de forma majestosa. Agradeço por todas as aulas, orientações e discussões que tivemos durante o curso, que certamente contribuíram para o meu desenvolvimento profissional e pessoal.

Por fim, gostaria de agradecer a Jéssica Leite Soares, que foi brilhante durante todo curso, prestando todo apoio necessário.

A todos vocês, meu mais sincero agradecimento.

"A desinformação é uma ameaça à democracia."
Barack Obama

RESUMO

Com a chegada da era da informação muitas dinâmicas sociais mudaram, inclusive a forma de fazer política. O profundo impacto das tecnologias do cotidiano molda as novas formas de comunicação. O espaço comunicacional das redes sociais da internet horizontaliza e potencializa exponencialmente a forma de produção e transmissão de mensagens, tornando-se um espaço onde as dinâmicas antes conhecidas se tornam uma grande incógnita. A forma que a atuação do Movimento Brasil Livre – MBL atuou nas redes sociais disseminando *fake news* durante o golpe contra presidente Dilma Roussef e as campanhas eleitorais para presidência de Donald Trump nos Estados Unidos e de Jair Bolsonaro no Brasil pautadas em desinformação e teorias conspiratórias, suscitam atenção para os impactos das redes sociais nos processos eleitorais. Esta pesquisa está inserida neste contexto, da relação entre os discursos políticos falsos e/ou fantasiosos e os algoritmos das redes sociais. A hipótese aqui desenvolvida é de que os algoritmos das redes sociais da internet corroboram na formação de audiências e bolhas sociais em torno de desinformação e teorias conspiratórias e isto é usado como ferramenta de manipulação ideológica para ganho de capital político por movimentos populistas de direita. Isto seria fruto, em parte, pelo descredito do jornalismo profissional, os atacados pelos próprios políticos, uma era onde a distinção entre verdade e mentira é cada vez mais difícil, a sensação de tempo acelerado, além do amplo investimento de empresas em análise de comportamento através de dados massivos.

Palavras-chaves: desinformação; teorias conspiratórias; *fake news*; algoritmos.

ABSTRACT

With the arrival of the information age, many social dynamics changed, including the way of doing politics. The profound impact of everyday technologies shapes new forms of communication. The communicational space of internet social networks horizontalizes and exponentially enhances the form of production and transmission of messages, becoming a space where previously known dynamics become a great unknown. The way in which the Movimento Brasil Livre – MBL acted on social networks, disseminating *fake news* during the coup against President Dilma Rousseff and the electoral campaigns for the presidency of Donald Trump in the United States and Jair Bolsonaro in Brazil based on misinformation and conspiracy theories, draw attention to the impacts of social networks on electoral processes. This research is inserted in this context, of the relationship between false and/or fanciful political speeches and the algorithms of social networks. The hypothesis developed here is that the algorithms of internet social networks corroborate the formation of audiences and social bubbles around disinformation and conspiracy theories and this is used as a tool of ideological manipulation to gain political capital by right-wing populist movements. This would be the result, in part, of the discredit of professional journalism, attacked by politicians themselves, an era where the distinction between truth and lies is increasingly difficult, the feeling of accelerated time, in addition to the extensive investment of companies in behavior analysis through massive data.

Keywords: misinformation; conspiracy theories; fake news; algorithms.

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Gênero dos Integrantes da Pesquisa	78
Gráfico 2 - Idade dos Integrantes da pesquisa	79
Gráfico 3 – Cor dos Integrantes da pesquisa	80
Gráfico 4 – Classificação acadêmica atual dos Integrantes da pesquisa	80
Gráfico 5 - Modalidade de ensino atual dos Integrantes da pesquisa	81
Gráfico 6 - Enquadramento da Universidade dos Integrantes da pesquisa	81
Gráfico 7 - Renda Familiar dos Integrantes da pesquisa	82
Gráfico 8 - Posicionamento político dos Integrantes da pesquisa	83
Gráfico 9 - Principal fonte de informação dos Integrantes da pesquisa	84
Gráfico 10 - Frequência de compartilhamento de informações	85
Gráfico 11 - Critérios para o compartilhamento de informações	85
Gráfico 12 - Compartilhamento de informações falsas	86
Gráfico 13 - Visualizações a lideranças religiosas nas redes sociais	87
Gráfico 14 - Visualizações a lideranças religiosas nas redes sociais	88
Gráfico 15 - Compartilhamento de notícias falsas	88
Gráfico 16 - Compartilhamento de notícias falsas por outros universitários	89
Gráfico 17 - Informe sobre o compartilhamento de notícias falsas	89
Gráfico 18 - Resposta ao informe sobre o compartilhamento de notícias falsas	90
Gráfico 19 - Análise das afirmações	90

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

AI	<i>Artificial Intelligence</i>
CAPEs	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CPS	<i>Cyber-Physical System</i>
CRFB	Constituição da República Federativa do Brasil
DF	Formação Discursiva
EaD	Educação a Distância
FI	Formação Ideológica
IA	Inteligencia Artificial
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INAF	Indicador de Alfabetismo Funcional
IoT	<i>Internet of Things</i>
M2M	<i>Machine to Machine</i>
NAFTA	<i>North American Free Trade Agreement</i>
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OMC	Organização Mundial do Comércio
ONG	Organização Não-Governamental
PDM	<i>Product Data Management</i>
PHM	<i>Product History Management</i>
PLC	<i>Programmable Logic Controller</i>
PT	Partido dos Trabalhadores
QC	Quociente Cultural
QE	Quociente Emocional
QI	Quociente de Inteligência
SCF	Sistemas Cyber-Físicos
SI	Sistemas de Informação
UCAM	Universidade Candido Mendes
UFF	Universidade Federal Fluminense
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UNESA	Universidade Estácio de Sá

Sumário

CAPÍTULO I: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
1.1. O surgimento da cultura dos meios de comunicação de massa	20
1.2. Desinformação e teorias conspiratórias.....	32
1.2.1. Movimento Terra Plana.....	35
1.2.2. A chegada do homem à Lua	35
1.2.3. Movimento Antivacinas	35
1.2.4. Criação de doenças	36
1.2.5. O vírus da COVID-19 foi criado em um laboratório chinês	36
1.3. Contexto brasileiro partir de junho de 2013 e a juventude	36
1.4. Desinformação e a democracia em vertigem.....	41
1.5. Democracias em Perigo	42
1.6. Política e os dados	50
CAPÍTULO II: METODOLOGIA E PESQUISA APLICADA	66
2. Metodologia da Pesquisa.....	66
2.1. Revisão bibliográfica sistematizada.....	68
2.2. Procedimentos Metodológicos.....	77
2.3. Pesquisa aplicada e apresentação dos dados.....	77
CAPÍTULO III – ANÁLISE, PROBLEMATIZAÇÃO E ENFRETEMETNO.....	93
3. Análise e Problematização dos dados	93
3.1. Perspectiva de gênero.....	93
3.2. Perspectiva etária.....	94
3.3. Perspectiva de localidade.....	96
3.4. Perspectiva de Classes Sociais.....	96
3.5. Perspectiva Religiosa	99
3.6. Posicionamento Político	100
3.7. Análise do Comportamento	101
3.8. Enfrentamento da desinformação no Brasil e no Mundo	103
CONCLUSÃO	111
REFERÊNCIAS	121
ANEXO	128

INTRODUÇÃO

A eleição presidencial dos Estados Unidos em 2016, que levou Donald Trump ao poder, foi uma das mais controversas da história do país. O resultado surpreendente, que contrariou as expectativas de muitos analistas políticos, foi atribuído por alguns ao uso extensivo de *fake news* e teorias conspiratórias por parte da campanha de Trump, além do uso de dados massivos. Muitos desses conteúdos falsos foram disseminados por meio das redes sociais, que se tornaram um canal cada vez mais poderoso de propagação de informações, tanto verdadeiras quanto falsas (DA EMPOLI, 2019).

Ao longo dos quatro anos do governo Trump, a desinformação continuou a ser uma ferramenta de comunicação importante para o presidente e seus aliados. Trump usou frequentemente sua conta no *Twitter* para espalhar informações enganosas e atacar seus adversários políticos e a mídia tradicional, e sua estratégia de comunicação incluiu a contratação de consultores especializados em disseminar conteúdos falsos (DA EMPOLI, 2019).

A desinformação atingiu um ponto crítico no início de 2021, quando apoiadores extremistas de Trump invadiram o Capitólio dos Estados Unidos em uma tentativa de impedir a certificação da vitória do presidente eleito, Joe Biden. Embora Trump tenha negado qualquer responsabilidade pela violência, muitos analistas apontaram sua retórica inflamatória e a disseminação de teorias conspiratórias como fatores que contribuíram para o clima de polarização e divisão política que culminou no ataque ao Capitólio¹.

O episódio serviu como um alerta para o poder mobilizador da desinformação e as consequências perigosas de sua disseminação. Além disso, trouxe à tona o papel das redes sociais e outras plataformas de internet na propagação de conteúdos falsos e prejudiciais à democracia. Diante desse cenário, a discussão sobre como combater a desinformação e promover uma cultura de informação confiável e verificada tornou-se mais urgente do que nunca.

No Brasil, a desinformação também tem sido uma preocupação crescente nos últimos anos. Em 2013, centenas de jovens brasileiros foram às ruas em protestos que começaram como uma manifestação contra o aumento das tarifas de transporte

¹ <https://repositorio.usp.br/item/003015529>

público, mas que rapidamente se expandiram para reivindicar melhores condições de vida e combater a corrupção. Embora muitos desses protestos tenham sido pacíficos, alguns deles foram marcados por episódios de violência e vandalismo.

O uso das redes sociais e outras plataformas online também se tornou cada vez mais comum na política brasileira, e a desinformação passou a ser uma ferramenta recorrente em campanhas eleitorais. Um exemplo notável foi o impeachment da presidenta Dilma Rousseff, que ocorreu em 2016. Embora as acusações contra Dilma estivessem relacionadas a questões financeiras, a disseminação de informações falsas sobre o governo e o PT (Partido dos Trabalhadores) foi uma estratégia central usada pelos oponentes da presidente (CHAIA, 2016).

Nicolau (2020) aponta que nas eleições presidenciais de 2018, a campanha do candidato Jair Bolsonaro também foi marcada pelo uso de desinformação e *fake news*. Muitos dos conteúdos falsos disseminados por seus apoiadores se concentraram em questões relacionadas à segurança pública, direitos LGBT e corrupção. A estratégia foi amplamente criticada por analistas políticos e por organizações da sociedade civil, que alertaram para os riscos da disseminação de informações falsas e para o impacto negativo na democracia.

As eleições presidenciais de 2018 despertaram ainda mais as organizações da sociedade civil e pesquisadores para a necessidade de analisar as estratégias usadas pelos bolsonaristas na disseminação de desinformação e *fake news*. O objetivo era entender como a desinformação se tornou tão poderosa na política brasileira e como ela poderia ser combatida.

Nas eleições presidenciais de 2022, a campanha do presidente Jair Bolsonaro foi novamente marcada pela disseminação de desinformação e *fake news*. Apoiadores do presidente, conhecidos como bolsonaristas, utilizaram as redes sociais para espalhar informações falsas sobre os adversários políticos de Bolsonaro e até mesmo sobre as eleições em si.

As *fake news* foram usadas para criar narrativas negativas sobre os adversários políticos de Bolsonaro, como o ex-presidente Lula e o candidato à presidência Ciro Gomes, associando-os a supostos casos de corrupção e até mesmo a atos criminosos. Além disso, a campanha do presidente foi marcada pelo discurso de ódio

e ataques a minorias, como LGBTs e população negra, com a intenção de mobilizar sua base de apoiadores.

O desfecho das eleições de 2022 foi triste para a democracia brasileira. Com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva, a polarização política do país atingiu níveis preocupantes e muitos brasileiros questionaram a validade do processo eleitoral, diante de tantas informações falsas circulando na internet. A preocupação crescente com a desinformação e suas consequências para a democracia se intensificou ainda mais.

Da Empoli (2020) observa como a desinformação e as teorias conspiratórias são utilizadas como instrumento de manipulação ideológica para criação de falsos consensos no mundo todo. Explorando casos como as eleições de Donald Trump nos Estados Unidos, do *Brexit* na Inglaterra, o partido 5 Estrelas na Itália e apresentando, inclusive, o caso brasileiro.

No entanto, é preciso observar as particularidades do caso brasileiro. É importante ressaltar os abismos sociais que existem no Brasil e as diferentes condições de consumo de informação e de participação política para que se possa enfrentar a manipulação ideológica de forma efetiva nesse contexto. Sendo assim, esta pesquisa tem como objetivo estudar o comportamento do jovem universitário diante das teorias da conspiração e seu uso como discurso político.

O contexto político brasileiro tem sido marcado por um aumento significativo da disseminação de informações falsas e teorias conspiratórias, especialmente em períodos eleitorais. Essas informações são compartilhadas com frequência nas redes sociais, onde muitos jovens universitários estão presentes e expostos a essas narrativas.

Embora a literatura atual apresente uma variedade de definições do conceito de desinformação e exista uma falta de consenso na definição comum do termo, bem como contradições, Pinheiro e Brito (2015) ressaltam a importância de examinar a discussão sobre o termo e analisar suas consequências para a sociedade. Assim, nesta pesquisa, o termo desinformação é utilizado conforme a proposição de Pinheiro e Brito (2015), que apresentam uma perspectiva sobre o conceito que vai além de um ruído na comunicação ou da ausência de informação, mas como um "instrumento de alienação coletiva e dominação, e como meio de logro ou engano arquitetado para alguém" (PINHEIRO; BRITO, 2015, p.1).

Desta forma, desinformação é entendida como um termo abrangente que inclui as fake news e as teorias da conspiração. As primeiras não são apenas notícias falsas ou resultantes de um erro factual, mas sim notícias criadas com o objetivo de atacar um adversário político, distorcer fatos e manipular o interlocutor. As segundas estão ligadas a um sistema de crenças, ideologias e preconceitos que se tornam fonte comum de conteúdo das *fake news*. Wainberg (2018) aponta que as teorias conspiratórias estão fortemente ligadas às fake news porque manipulam as emoções coletivas, influenciando o comportamento das massas, e afirma que "as pessoas aderem mais facilmente às mensagens capazes de mobilizar seus sentimentos do que aos fatos" (WAINBERG, 2018, p.150).

A partir dessa realidade, é fundamental entender como essas teorias da conspiração são recebidas e utilizadas pelos universitários, que muitas vezes são atores importantes no processo de mobilização política. Além disso, é preciso analisar como essas teorias são utilizadas como discurso político, especialmente em um contexto em que a polarização ideológica é cada vez mais intensa.

Diante do atual cenário político brasileiro, esta pesquisa se torna imprescindível para que se possa construir espaços de debates acerca da temática analisada. Ainda, esta pesquisa poderá servir como estímulo ao movimento de conscientização das pessoas, para que busquem informações em meios de comunicação confiáveis e com certa credibilidade, a fim de que possam construir suas próprias ideias e concepções sobre um determinado tema, que podem interferir diretamente na estrutura social onde vivem.

Partidos e políticos utilizam cada vez mais as redes sociais para difundirem suas ideias, lançando mão de uso indevido de massas de dados pessoais, algoritmos e análises avançadas de dados. Os brasileiros, sobretudo os jovens, são um dos maiores públicos das redes sociais da internet e usa cada vez mais plataformas como *FaceBook*, *Twitter* e *WhatsApp* para se informar, inclusive sobre política. Além de uma crescente desconfiança dos meios de comunicação tradicionais. Sintomas deste fenômeno estão ligados às manifestações de junho de 2013, ao impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff e à eleição de Jair Bolsonaro. Portanto, buscou-se reunir dados e informações com o propósito de responder ao seguinte problema de pesquisa: qual a aderência dos jovens universitários as teorias da conspiração?

Maar (1982) coloca em discussão a pluralidade do conceito de política através da adoção da nomenclatura “políticas”. Isso porque, muitas instituições, indivíduos e até atos podem ser considerados políticos: o congresso nacional é um ambiente político, um vereador é um político e o voto é um ato político. O autor afirma que todas as ações, instituições e indivíduos que estiverem ligados às relações públicas podem ser considerados políticos.

A linha de pensamento em busca de esclarecer o que seria o conceito de “fazer política”, colocando como exemplo a igreja que, apesar de não ser uma instituição propriamente política, sempre agiu de forma política em busca da captação e conservação de seguidores. Sendo assim, o “fazer política” pode ser colocado como ações executadas em busca da obtenção de benefícios que derivem do coletivo, de modo geral (MAAR, 1982).

Porém, nem sempre essas políticas são aplicadas pelos agentes sociais e coexistem de maneira pacífica. O atrito que existe entre o resultado da execução de todas essas “políticas” é o que chamamos de crise política, que ocorre quando os interesses políticos são opostos ou não conseguem ser aplicados em uma mesma sociedade ao mesmo tempo (BAQUERO; VASCONCELOS, 2013).

Em suas contribuições acadêmicas, Souza (2006) coloca que para que haja o estudo efetivo da política, é preciso compreender todo o contexto da sociedade em questão. Isso porque a política característica de uma sociedade é derivada de todos os eventos que resultaram na construção e na consolidação daquela sociedade da forma que ela é atualmente. O autor coloca ainda que a política então é apenas a manifestação geral dessa construção social, de forma que é impossível estudar a política de uma sociedade de forma isolada.

Segundo Souza (2006) os partidos políticos são a maior comprovação da total relação de interdependência entre a sociedade e a política. Isso porque, apesar de serem caracterizados como a união de agentes políticos que desejam conquistar o maior espaço possível nas instituições públicas do poder, não deixam de ser indivíduos sociais que legislam a partir daquilo que acreditam ser correto e que possa trazer algum benefício próprio.

A política ao longo da história sempre teve uma associação muito forte com a Grécia e a Roma. Sendo essas duas sociedades a base de muitos conceitos políticos que carregamos até os dias de hoje, como bases democráticas, assembleia, o ato de

votar e outros. É nesse contexto também que se consolidam os grandes impasses entre a política e as desigualdades sociais que está produz. Isso porque, na democracia grega, por exemplo, só eram detentores de poderes políticos aqueles que eram considerados “cidadãos gregos”. Homens, livres e nascidos na Grécia, sendo então extremamente excludente com as demais classes sociais, como as mulheres, os escravos e os imigrantes que viviam na Grécia (MAAR, 1982).

Rancière (2015) chama atenção para o fato de que o presidente ocupa o cargo mais alto em um sistema democrático, e mesmo que necessite dos três poderes (judiciário, legislativo e executivo) para governar e tomar decisões, ainda é o maior representante da nação pela qual foi eleito e é justamente por isso que suas afirmações e discursos são replicados e se tornam a imagem não só de si próprio, como de todo o país para o mundo. A mídia é a responsável por ser esse canal de divulgação de notícias e informações, por isso é tão importante na formação da opinião pública, como será abordado no tópico seguinte.

Nobre (2013) discute as bases de uma democracia e o seu desenvolvimento no Brasil, colocando que a figura do Presidente é fundamental para a manutenção desse sistema político e que o cargo efetiva as ideologias representativas que a sustentam. Dessa forma, é compreensível que essa seja uma figura tão cobrada e que cada passo executado seja informado e comentado pelos meios de comunicação do próprio país e internacionalmente, justificando a necessidade do cultivo de uma relação com a mídia.

A metodologia aplicada a este trabalho trata-se de uma revisão exploratório-descritiva, de natureza bibliográfica, que recorre ao método monográfico, aplicável à pesquisa em Ciências Sociais (MARCONI, LAKATOS, 2003). A revisão sistemática tem como objetivo evidenciar o estado da arte na área de interesse, a partir da busca em mecanismos de pesquisa disponibilizados por bases de dados científicos, bem como selecionar para o referencial teórico autores que têm publicado trabalhos que apresentam afinidade com o tema. (ZOLTOWSKI, 2014).

Os procedimentos de pesquisa são adaptados de Marconi e Lakatos (2003, p.44) e podem ser sintetizados em 5 passos: escolha do tema; plano de trabalho; identificação e compilação das referências; fichamento; análise e interpretação.

Por tratar-se de estudo prospectivo de natureza bibliográfica, a generalização dos resultados deve ser evitada, já que todos os conceitos aventados exigem

aprofundamento, realizado um levantamento bibliográfico não sistematizado baseado em relevância e afinidade com os temas de pesquisa para aprofundar a discussão.

Para a amostragem e coleta de dados utilizou-se o método conhecido por bola de neve. Conforme Vinuto (2014), um primeiro documento é compartilhado com pessoas com o perfil de interesse para a pesquisa, aqui, neste caso, um questionário estruturado e fechado utilizando a ferramenta *Google Forms*, estes são caracterizados como sementes, que em seguida foram incentivados a compartilhar com seus pares. A autora ressalta que apesar de haver limitações, o método também apresenta potencialidades – “assim como qualquer outra forma de amostragem técnica de pesquisa” (VINUTO, 2014 p.207). Embora o resultado seja uma amostragem não probabilística, a prática se adequa a pesquisas experimentais e se mostra profícua para tratar de questões pessoais e delicadas.

A justificativa da escolha do tema que aqui se apresenta se relaciona com o fato de que segundo Baquero e Vasconcelos (2013) a política surge junto com os primeiros agrupamentos sociais, isso porque assim que se viram em uma relação de dependência, indivíduos pontuais procuraram tomar o controle das situações e se tornarem os líderes de seus grupos. Essas vieram a ser as primeiras ações humanas que poderiam ser chamadas de “atos políticos”, milhares de anos depois o conceito de política se tornou tão complexo quanto à sociedade em que ele está inserido.

O objetivo desta pesquisa é analisar a identificação universitário, ou seja, aquele que se enquadra e se identifica com reivindicações políticas e ideológicas que tendem a estarem alinhadas com a juventude moderna – não apenas pela idade em si - mas, sobretudo, pelo comportamento e pela autoidentificação - com as teorias da conspiração e seu uso como discurso político. Isso porque os jovens são o público futuro, serão eles que enfrentaram cada vez mais este cenário de manipulação.

O primeiro passo para alcançar o objetivo geral da pesquisa é realizar uma contextualização histórica das estratégias de manipulação ideológica. O segundo passo é realizar discussão bibliográfica e revisão sistematizada para conceituar os principais termos relacionados ao tema de pesquisa. O terceiro dos objetivos específicos é levantar dados quantitativos e realizar uma análise qualitativa do perfil de consumo de informações dos universitários.

No capítulo um são apresentados exemplos de teorias conspiratórias, como o movimento Terra Plana, a chegada do homem à Lua, o movimento antivacinas e a

criação de doenças, incluindo a teoria de que o vírus da COVID-19 foi criado em um laboratório chinês. São abordados aspectos políticos, sociais e culturais que contribuem para a disseminação da desinformação e seus impactos na democracia, com ênfase no contexto brasileiro a partir de junho de 2013 e a influência da juventude nesse contexto.

O capítulo dois apresenta a metodologia da pesquisa, destacando a revisão bibliográfica sistematizada e os procedimentos metodológicos adotados na coleta e análise dos dados. São apresentados os resultados da pesquisa aplicada, obtidos por meio de questionários estruturados e sua leitura crítica, confrontando-os com outras pesquisas e análises. A partir dos resultados, são feitas reflexões e problematizações sobre a desinformação, levando em consideração diversas perspectivas, como gênero, faixa etária, localidade, classe social, religião, posicionamento político e comportamento.

O capítulo três apresenta a análise dos dados coletados, destacando perspectivas de gênero, faixa etária, localidade, classe social, religião, posicionamento político e comportamento. São discutidos os principais achados e problematizações identificadas, levando em consideração a desinformação no contexto brasileiro e mundial. Também são apresentadas estratégias de enfrentamento da desinformação, tanto no Brasil quanto no mundo, com base nos resultados obtidos na pesquisa.

Por fim, são apresentadas estratégias de enfrentamento da desinformação, com base nos achados da pesquisa e em análises críticas, visando contribuir para o combate à disseminação de informações falsas e a promoção de uma sociedade mais informada e participativa.

A dissertação busca, assim, oferecer uma visão abrangente e aprofundada sobre a desinformação e suas implicações na sociedade contemporânea, apresentando uma análise crítica e reflexiva dos dados coletados e contribuindo para o conhecimento acadêmico sobre o tema.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O capítulo que aqui se apresenta tem como objetivo primordial apresentar os resultados teóricos preliminares resultantes da pesquisa bibliográfica realizada sobre o tema e os principais conceitos que o cercam, como a comunicação em massa, processos de desinformação e os seus efeitos, a formação do estado democrático e as ameaças que são direcionadas a ele e a política exercida em tempos orientados os dados, dando margem para a formação e disseminação em massa de *fake news*.

1.1. O surgimento da cultura dos meios de comunicação de massa

A globalização transformou grande parte da forma de trabalhar no século XXI, Rockstuhl *et al.* (2011), pontua como consequência, que a vida globalizada tem crescido enormemente, transformando parte da vida cotidiana das pessoas em diferentes formas de viver (THOMAS *et al.*, 2017).

De acordo com Johnson *et al.* (2006), a globalização começou a ganhar mais atenção desde 1989, “com o colapso do bloco soviético, a criação de uma única Europa, a implementação do Acordo de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA) e o estabelecimento da Organização Mundial do Comércio. (OMC)”. Devido ao aumento da atividade global, empresas de todos os lados começaram a buscar novos mercados e parceiros em todo o mundo. É notável que a globalização promove mudanças, leva a fusões e reestruturações em vários setores. Santos (2001) mostra a globalização como um fenômeno com diversas facetas que abrangem, além da dimensão econômica, social, política, cultural etc.

Com a globalização muitas mudanças ocorreram no meio internacional de negócios. Dentre elas, cresceram o volume de interconexão internacional, como o grande número de multinacionais se espalhando por todos os continentes; a expansão e a valorização da migração humana; e a facilidade de a tecnologia da informação transcender fronteiras (THOMAS *et al.*, 2017). Além do crescimento de interações e relações entre pessoas de diferentes culturas (SHAFFER *et al.*, 2008).

A partir das análises de Wolf (1995) sobre as teorias da comunicação, incluindo as teorias de comunicação em massa, é necessário analisar não só o contexto cronológico do surgimento delas, mas também as dimensões sociais, históricas e

econômicas de um modelo teórico, além da teoria social pressuposta e do modelo comunicativo que se trata.

Desta forma, assim como Wolf (1995), é preciso observar que as teorias de comunicação de massa e os estudos sobre a *mass media* surgem em um contexto onde os próprios meios de comunicação, os aparatos tecnológicos e as organizações por trás deles, são, em determinado aspecto, uma novidade, principalmente considerando o período entre as primeira e a segunda guerra mundial. Aduz ainda as experiências totalitárias e profundamente trágicas deste período.

Conforme Wolf (1995), parte das teorias e conceitos aqui tratados, como as teorias da comunicação em massa, a teoria crítica, a indústria cultural, retificação e a teoria hipodérmica e *cultural studies* estão sob a égide da ótica de uma sociedade de massas e estão recortados em momentos específicos destes estudos.

Mills (1981) considera que o modelo comunicacional predominante que se estabelece a em uma sociedade de massas, amplia o protagonismo dos veículos formais de comunicação e solapam a possibilidade de ampliação da discussão e do debate público, o que coloca o poder da opinião pública na mão daqueles que controlam estes veículos de comunicação, uma elite. Tornando assim os públicos em meros mercados. Tirando assim, a ideia de protagonismo de um povo e o transformando em multidões desarticuladas. Mills sintetiza a sociedade de massas (1981) da seguinte forma:

o número de pessoas que expressam opiniões é muito menor que o número de pessoas para recebê-las, pois a comunidade de públicos se transforma numa coleção abstrata de indivíduos que recebem impressões através de veículos de comunicação em massa. 2) As comunicações que predominam são tão organizadas que é difícil ou impossível ao indivíduo responder imediatamente, ou com qualquer eficiência. 3) A Colocação da opinião em prática é controlada pelas autoridades que organizam e fiscalizam os canais para tal ação. 4) A massa não tem autonomia em relação às instituições - pelo contrário, os agentes de instituições autorizadas nela penetram, reduzindo-lhe a independência que possa ter na formação da opinião pela discussão (MILLS 1981, p.356.)

Conforme Wolf (1995) explica, existem uma diversidade nas correntes teóricas e políticas sobre a definição da sociedade de massas. Porém, na compreensão dos estudos da *mass media*, os componentes dessa massa são enxergados de uma forma homogênea e anômica, com uma postura letárgica expostos a mensagens e conteúdo dos meios de comunicação.

Para Wolf (1995) a teoria hipodérmica sintetiza a sociedade de massa. Baseado na corrente da psicologia behaviorista, apoia-se na ideia de que os indivíduos são atingidos de forma individual, por isso, também é conhecida como a teoria da bala mágica. Considerando que o auge da produção relacionada a essa teoria foi entre as décadas de 20 e 30 do século XX. O modelo comunicativo baseia-se na ideia de que a mensagem é encapsulada por um veículo de comunicação, dominado por uma elite, e que, através de um meio de comunicação de massa, como por exemplo, a televisão e o rádio, são entregues diretamente a cada receptor, que se espera uma resposta direta ao estímulo daquela mensagem.

Para Wolf (1995) indica que a teoria hipodérmica é sustentada por uma ideia de “instantaneidade e inevitabilidade dos efeitos” esperados. Como se não houvesse barreiras ou camadas interpretativas da mensagem, ali estavam descartadas questões culturais e históricas. Mais a frente será levantada a questão que relaciona as crises cíclicas do capitalismo ao enfraquecimento de um povo, e como isso o suscetível a discursos políticos falsos e imediatistas.

Retomando o fenômeno da globalização e do surgimento dos meios de comunicação em massa. Mancebo (2002) analisa a partir de uma ótica frankfurtiana, conectando aos estudos culturais que enfatizam uma visão mais próxima do cotidiano. A autora ressalta que a globalização remete a uma característica homogeneizadora, mas também surgem “diversos tipos de resistência a esse processo, com a formação de grupos identitários, movimentos xenófobos e até apropriações criativas desenvolvidas por grupos de cidadãos” (MANCERO, 2002, p. 289).

Mancebo (2002) propõe uma aproximação dos termos comunicação de massas e a indústria cultural. No entanto, aponta a importância de fazer uma distinção teórica. A indústria cultural é um termo analítico, cunhado por Horkheimer e Adorno, para designar as práticas massificadoras dos meios de comunicação em massa. Já os meios de comunicação em massa tinham em sua base uma intenção de democratização da mensagem e do conteúdo midiático, pois visavam chegar ao máximo de pessoas possíveis.

Segundo Mancebo (2002) para discutir o surgimento dos meios de comunicação de massa é fundamental que aduza os aspectos da sociedade industrial que estão profundamente interligados. Rocha (2002) explica:

[...] as características comuns à sociedade industrial e à indústria cultural: primeiro, a visão produtivista de mundo, enunciadora da máxima segundo a qual tudo em nossa cultura deve ser transformado em riqueza, tudo deve estar integrado à produção de mercadorias em geral (compartilhando da lógica frenética de produzir novas ondas de produtos, com aparências sempre mais novas, com taxas de transferência cada vez mais altas); depois, a dificuldade de conviver com a diferença, a tendência etnocidária ou “a destruição sistemática de modos de vida e pensamento” (p. 122) das culturas diferentes e, por fim, o individualismo como ideologia, que significa afirmar, também no campo cultural, o indivíduo como unidade social relevante (ROCHA, 2002 apud MANCEBO, 2002 p. 290).

A crítica da indústria cultural, como abordada pela Teoria Crítica, representa uma das contribuições mais significativas da Escola de Frankfurt à compreensão da sociedade moderna. Horkheimer e Adorno (1947) desenvolvem uma análise profunda sobre como a indústria cultural – compreendendo cinema, rádio, televisão e outras formas de mídia – serve como instrumento de dominação social e cultural. Segundo os autores, a indústria cultural tem como uma de suas principais características a produção em massa de bens culturais. Esses bens, apesar de aparentarem diversidade e escolha, na verdade seguem padrões rígidos que promovem a passividade e a homogeneização do público. Essa homogeneização é vista como uma forma de manipulação, que reduz a capacidade crítica dos indivíduos e promove uma aceitação acrítica das normas e valores estabelecidos (HORKHEIMER; ADORNO, 1947).

Os autores argumentam que, na indústria cultural, a arte e a cultura deixam de ser esferas de expressão criativa e crítica para se tornarem mercadorias. Este processo de mercantilização da cultura contribui para a perpetuação do status quo, pois a cultura produzida sob esses moldes tende a reforçar ideologias dominantes e padrões de comportamento conformistas. Ao invés de desafiar ou questionar as estruturas sociais e políticas existentes, a indústria cultural, em grande medida, as reforça. Além disso, a indústria cultural um processo de "pseudo-individualização", onde a aparente escolha e diversidade oferecidas aos consumidores ocultam a uniformidade e a padronização dos produtos culturais. Essa pseudo-individualização serve para dar aos indivíduos a ilusão de autonomia e escolha, enquanto, na realidade, eles são sujeitos a uma crescente passividade e conformidade (HORKHEIMER; ADORNO, 1947).

Portanto, a crítica da indústria cultural feita pela Teoria Crítica revela como os meios de comunicação de massa e a produção cultural em sociedades capitalistas

contribuem para a manutenção de estruturas de poder e dominação, ao invés de servirem como forças de emancipação e crítica social.

Segundo Ribeiro e Ferreira (2007) a definição de mídia consiste em todo o conjunto de veículos que propagam informações para as massas, ou seja, são o meio que une a captação e a transmissão de mensagens e a descrição de fatos, histórias e outros. Essa transmissão pode ocorrer por diversos meios como rádio, cinema, televisão, internet, jornais e outros.

Dada sua extrema importância, a mídia influencia na construção da opinião pública, ou seja, ela é capaz de moldar o pensamento de uma parte considerável da população, principalmente quando não há um senso crítico e acesso a meios plurais de distribuição de informação. Inicialmente, é possível afirmar que a função da mídia em uma sociedade é informar e entreter. Dessa forma, ela pode ser compreendida como o conjunto de veículos de comunicação que possuem o objetivo de transmitir às massas os fatos ocorridos no Brasil e no mundo, sendo o ambiente onde as informações são processadas e passadas.

Porém, a importância que a mídia possui em uma sociedade, principalmente nas sociedades modernas, vai além de informar. Tal realidade se deve ao fato de que, como já supracitado, a mídia é plenamente capaz de influenciar os seus consumidores, ditar comportamentos e até mesmo moldar opiniões econômicas, políticas e sociais.

Em um estado democrático de direito², onde os indivíduos podem exercer sua liberdade de expressão e o livre pensamento, a mídia pode ser colocada como o quarto poder³ visto que é capaz de influenciar e moldar a opinião pública através das informações que passa e principalmente por meio da forma como escolhem transmitir essas informações (RIBEIRO; FERREIRA, 2007).

² Para Santiago (2019) o Estado Democrático de Direito se desdobra em elementos específicos que o distinguem dos demais Estados. O objetivo disso pode ser alcançado garantindo um alto grau de igualdade entre os participantes, bem como garantindo que todos possam influenciar a conduta do Estado da mesma maneira. Isso só é possível através da adesão cuidadosa ao princípio democrático.

³ Albuquerque (2000) conceitua que a reivindicação da imprensa ao Quarto Poder pode ser vista ao defender o privilégio do jornalismo independente. Isso ocorre porque o direito de expressar ideias sem obstrução é a pedra angular da liberdade de expressão do público. Também reflete o compromisso da imprensa em servir ao bem público, investigando escândalos e revelando casos de corrupção. Qualquer jornalismo investigativo realizado em nome do interesse público não infringe outras competências constitucionais; não é um ramo do governo. Publicar questões políticas ajuda a resolvê-las. Especificamente, exige que os jornais tratem as questões públicas com objetividade e funcionem de forma eficaz. Isso porque o compromisso de um jornal com esse ideal ajuda na criação de sistemas mais eficazes de compartilhamento de poder entre os poderes executivo, legislativo e judiciário.

Bonavides (2001) coloca que é função daqueles que ocupam cargos públicos no sistema democrático em vigência no Brasil prestar contas aos órgãos vigentes e à população, visto que a definição de democracia, palavra que deriva do grego, significa “o poder do povo” ou o “povo no poder”. As grandes mídias devem cumprir com o seu papel de coletar e transmitir as informações, bem como é preciso que os poderes judiciário, legislativo e executivo forneçam as informações de forma clara, respeitosa e objetiva.

Segundo Chauí (1980), os veículos de comunicação em massa são também meios para moldar as ideologias e opiniões políticas, econômicas e sociais da população como um todo, principalmente aqueles que possuem pouco acesso a formas diferentes de obter dados e notícias, e tendem a seguir ideias categorizadas como do senso comum. O conceito de ideologia é extremamente antigo e teve sua primeira aparição enquanto expressão isolada, ainda no século XVII. Tomou força através da consolidação e expansão do pensamento filosófico e todas as reflexões que ele carregava e ainda carrega, sendo o resultado de diversos fatores e nunca devendo ser associada a apenas um conceito (CHAUÍ, 1980).

Segundo Chauí (1980) a ideologia de um indivíduo ou de um grupo social deriva de construções, de vivências acumuladas ao longo dos anos. Sendo baseada na esfera política, econômica e social, de modo que norteia os pensamentos e ações desses indivíduos frente a todos os temas citados. Ou seja, os seres costumam agir de acordo com as ideologias que seguem.

Para a autora o conceito de ideologia tem fundamento lógico e compreende em um conjunto de valores e ideias que norteiam o comportamento de uma grande parte de uma nação. As ideologias costumam definir pensamentos, valores, sentimentos e ações e tem uma natureza representativa e visa explicar a divisão de classes e a função de cada um dos indivíduos dentro desse contexto (KONDER, 2002).

Segundo Chauí (1980) a ideologia tem funções claras, e é desenvolvida em busca de ocultar ações realizadas pela classe dominante e os impactos delas para as classes sociais mais baixas como suavizar a divisão de classes sociais, a exclusão social e a exploração econômica. O conceito de ideologia está totalmente ligado ao conceito de identidade, e é por esse fator que os indivíduos simpatizam e adotam as mesmas como suas.

Entende-se então que seria possível estabelecer uma relação entre a ideologia e a política nacional. Principalmente quando se trata de uma política baseada na representatividade como a democracia vigente no país, isso porque a ideologia é utilizada para nortear a participação política desse cidadão na política de seu país. A representação política se manifesta quando o cidadão busca um candidato que tenha ideologias iguais ou parecida com as suas.

Em suas produções acadêmicas, Tuzzo (2004) estabelece a relação que existe entre a política representativa, no caso a democracia, a mídia e as ideologias predominantes de uma nação. O autor coloca que as três esferas estão interligadas, a mídia molda as ideologias predominantes de uma parte considerável da população, enquanto a democracia representativa cumpre com o seu objetivo de eleger aos cargos públicos aqueles cidadãos que representam a maioria.

O resultado desse processo é um povo que forma suas opiniões e ideologias através das informações que são espalhadas pelos veículos de informação em massa. Quando os indivíduos cumprem com suas funções democráticas, como votar e formar opiniões sobre os trabalhos realizados em entidades públicas, fazem uso das reportagens, artigos de opinião, vídeos que viralizam nas redes sociais da internet, posicionamento de influenciadores digitais e outros meios de mídia. Essa é a base prática do grande sistema de disseminação de *fake news* e de discursos de ódio em formato compartilhado que tomam as redes sociais todos os dias, trabalhando em prol da manutenção da imagem do presidente Bolsonaro como um “messias”, “salvador” e “herói” que luta em defesa do Brasil contra um inimigo, claramente imaginário, que é o comunismo.

Para Castells (2020) as revoluções tecnológicas que se concentraram nas tecnologias da informação transformaram de a base material da sociedade a partir da segunda metade do século XX. Sugere que um dos fatores principais está na dimensão da conectividade proporcionada pela internet, o que afetou os modos de produção, experiência e poder. Assim, postula a teoria da sociedade em rede, uma abordagem para o cenário social e econômico e político do fim do século XX e início do XXI. Segundo o autor, embora a ideia de rede seja um termo antigo para analisar a experiência humana, é uma forte característica da Era da informação.

Como aponta Castells (2020) os avanços tecnológicos, principalmente eletrônicos, tornaram aparelhos de comunicação multimídia menores e portáteis, cada

vez mais presentes no cotidiano o que afetou diretamente nossa cultura como um todo e a forma de consumir informação. Castells (2020) explica:

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas – isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos – são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo [...] O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre a nossa cultura (CASTELLS 2020, p. 414).

Cabe aqui inserir duas visões correntes na sociologia para tratar do uso da tecnologia, a dos Fáusticos e Prometeicos. Segundo Martins (1997) os prometeicos são aqueles que proclamam os benefícios do desenvolvimento tecnológico, já os fáusticos seriam aqueles que contrapõe essa visão de mundo. Martins (1987) explica a origem dos conceitos e esclarece:

A denominação dessa antinomia tem como base as figuras mitológicas de Fausto, com sua paixão pelo novo e o progresso e que pactuou como diabo, professando mais tarde seu arrependimento, e Prometeu, aquele cujo castigo de 30 mil anos foi-lhe impingido por Zeus por ter roubado o fogo e dado aos homens como uma grande benesse (MARTINS, 1987 apud Pedrosa et al, 2021).

Eco (1991) atualiza a questão apresentando outras duas visões: os apocalípticos e os integrados. Os apocalípticos seriam aqueles que tem uma visão pessimista dos meios de comunicação em massa e do uso ampliado pelas tecnologias. Castells (2020) aponta que neste grupo estariam os frankfurtianos, destacando Marcuse e Harbermas e suas contribuições para a teoria crítica (p. 420). Já os integrados seriam aqueles que acreditavam que nas potencialidades de democratização e avanços civilizatórios. Eco (1977) explica que a cultura dos meios de comunicação de massa não são soberanos no processo de manipulação, pois a mensagem destes meios compete com outros fatores socioculturais para serem interpretadas.

Existe, dependendo das circunstâncias socioculturais, uma variedade de códigos, ou melhor, de regras de competência e interpretação. A mensagem tem uma forma significante que pode ser completada com diferentes significados... Assim, havia margem para a suposição de que o emissor organizava a imagem televisual com base nos próprios códigos, que coincidam com aqueles da ideologia dominante, enquanto os destinatários completavam com significados “aberrantes” de acordo com esses códigos culturais específicos. [...] Aprendemos uma coisa: não existe uma Cultura de Massa no sentido imaginado pelos apocalípticos das comunicações de

massa, porque esse modelo compete com outros (constituídos por vestígios históricos, cultura de classe, aspectos da alta cultura transmitidos pela educação etc)

Pierre Lévy (1998) explora o conceito de cibercultura, e discute os impactos da cultura emerge nesse novo espaço comunicacional, a partir de uma perspectiva de uma cultura informática. Levy (1998) considera que:

A mediação digital remodela certas atividades cognitivas fundamentais que envolvem a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação inventiva. A escrita, a leitura, a escuta, o jogo e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, estão ingressando em novas configurações sociais (LÉVY, 1998, p.17).

Conforme sugerem Lévy (1998) e Eco (1991), e outros estudiosos, os aspectos históricos, culturais e educacionais também fazem parte do processo comunicacional dos indivíduos.

Earley e Ang (2003) propõe a teoria do Quociente Cultural (QC) que estuda indivíduos frente diferenças culturais, religiosas, ideológicas e com assimetrias de todas as fontes. É conceituada como a capacidade de um indivíduo se adaptar de forma bem-sucedida em situações muitas vezes desconhecidas pela sua diversidade cultural. Tradicionalmente, o QC é medido em nível individual, como em estudos de gestão de expatriados que o apresentam e como antecedente de ajuste cultural (VAN DRIEL; GABRENYA, 2013).

Os autores acima citados reconhecem a Inteligência cultural também como competência comportamental, sendo esta capaz de fazer com que as pessoas se tornem mais eficientes no trabalho entre culturas; como também se refere à habilidade de mover-se em outra cultura ou a um ambiente culturalmente diversificado. Esta competência facilita a compreensão, a adaptação, a comunicação e o gerenciamento nesses ambientes.

A eficácia de um indivíduo baseia-se em um conjunto de conhecimentos, habilidades e atributos pessoais para trabalhar com sucesso, com pessoas de diferentes origens culturais nacionais em casa ou no exterior (JOHNSON *et al.*, 2008, p. 225).

A inteligência cultural representa e investiga a capacidade de o indivíduo interagir ativamente entre culturas. O ponto relevante é criar uma flexibilidade que possibilite uma boa adaptação às novas situações culturais com discernimento e sensibilidade (THOMAS *et al.*, 2017). Esta definição de QC como uma capacidade,

reforça o potencial de uma pessoa que apresenta eficiência em uma ampla gama de contextos interculturais (BOBANOVIC *et al.*, 2019).

Thomas *et al.* (2017) pontua também que a Inteligência cultural define como a flexibilidade e habilidade em compreender uma cultura, relacionar-se com ela para poder entender e criar uma percepção mais clara, gerar empatia por esta e por fim adquirir uma boa interação com as pessoas. Além disso, acrescenta que entender as diferenças culturais entre os países e como essas diferenças influenciam a forma de portar-se, é um dos passos iniciais para obter inteligência cultural.

A inteligência cultural pode explicar as diferenças individuais no ajustamento aos novos cenários culturais. Earley e Ang (2003) conceituaram o QC como um construto multidimensional, abrangendo quatro componentes: cognitivo, metacognitivo, motivacional e comportamental.

O QC metacognitivo relaciona-se aos processos que os indivíduos utilizam para criar e compreender o conhecimento cultural e pode estimular a reflexão sobre o conhecimento. O QC cognitivo “reflete o conhecimento das normas, práticas e convenções em diferentes culturas adquiridas da educação e experiências pessoais” (Ang *et al.*, 2007; p. 338). O QC motivacional é o interesse em empenhar-se para se adaptar às várias configurações culturais (EARLEY; ANG, 2003) e pode estar associado a uma atitude em relação à criatividade. QC comportamental é a capacidade de uma pessoa para adquirir ou adaptar comportamentos apropriados para uma nova cultura (EARLEY; PETERSON, 2004).

Em um estudo realizado pelos autores Nunes *et al.* (2017), foi identificado que a inteligência cultural é um precedente importante para o sucesso da tarefa. Este resultado sublinha a necessidade de modificar o potencial da inteligência cultural em conhecimento para melhor adaptação do expatriado à nova cultura. É assim reforçada a ideia de Earley e Ang (2003) quando estes autores dizem que o QC se refere à capacidade de uma pessoa se adaptar a outros ambientes culturais.

Pesquisas sobre Inteligência Cultural evidenciaram uma singularidade em sua construção e nos seus resultados. Foi verificado que o QC não tem correlação com a inteligência geral denominada de Quociente de Inteligência (QI), mas sim com a inteligência emocional o qual é conhecida como Quociente Emocional (QE) (KORZILIUS *et al.*, 2017).

O QC amplia o aprendizado com a experiência internacional, julgamento cultural e a negociação intercultural, como também viabiliza que os gerentes de equipes de liderança cultural e inovação organizacional apresentem uma atuação mais eficaz (LI *et al.*, 2016).

A inteligência cultural auxilia o desenvolvimento do grupo e questões de processo originadas ou dificultadas por diferenças culturais. Como também ajuda a resolver os problemas do processo associados a qualquer grupo (THOMAS *et al.*, 2017). Uma das características mais importantes da inteligência cultural é a prática de suspender o julgamento até que informações suficientes sejam disponibilizadas. A inteligência cultural parece ser particularmente útil em situações caracterizadas pela heterogeneidade cultural (ELENKOV; MANEV, 2009).

A inteligência cultural não é trabalhosa de compreender, mas é difícil de executá-la de forma contínua. Requer tempo e dedicação para desenvolver um alto nível de QC (THOMAS *et al.*, 2017).

Johnson (2006) aponta que os indivíduos com um alto nível de inteligência cultural têm:

1. As habilidades cognitivas que lhes permitem atuar efetivamente em uma nova cultura;
2. A motivação para se adaptar em diferentes ambientes culturais;
3. Capacidade de se envolver em comportamentos adaptativos (EARLEY; ANG, 2003).

Acredita-se que os que apresentam bom desempenho em ambientes interculturais tanto no mundo dos negócios como nas pesquisas organizacionais, estão apresentando inteligência cultural (EARLEY; MOSAKOWSKI, 2004).

Para transformar-se culturalmente inteligente é relevante aprender fazendo, pois, os resultados ganham mais impacto além do desenvolvimento de habilidades interculturais. Além disso, novas culturas despertam a curiosidade de aprender a viver ou trabalhar nelas, estabelecer relações com os habitantes daquele local. Originando possibilidades de novas ideias, novos relacionamentos e um enriquecimento de vida (THOMAS *et al.*, 2017).

A inteligência cultural é uma meta-competência, que identifica habilidades que auxiliam para a capacidade de relacionar-se efetivamente em ambientes culturais frequentemente complexos (ANG *et al.* 2007).

A inteligência cultural abrange o entendimento dos princípios da interação intercultural, o desenvolvimento de uma abordagem atenta a eles e a construção de

um conjunto de comportamentos transculturais apropriados a diferentes situações interculturais (THOMAS *et al.*, 2017).

Segundo Earley e Mosakowski (2004), um elemento crucial na inteligência cultural é a autoeficácia, pois indivíduos que apresentam elevado nível de inteligência cultural são capazes de persistir à frente dos desafios, principalmente no que se refere a novos contextos.

As pessoas culturalmente inteligentes têm: o discernimento para entender fenômenos transculturais; desenvolvem uma atenção em que observam e interpretam situações peculiares; assim como criam habilidades fundamentais para a adaptação de novos comportamentos e sabem agir corretamente nas diversas situações (THOMAS *et al.*, 2017).

Aqui cabe ressaltar que a transição de abordagem baseada na teoria da sociedade de sociedade de massas, aqui sintetizada por Mills (1981), para uma sociedade em rede, postulada por Castells (2020), e nos estudos baseados no Quociente Cultural, não são um recorte cronológico em uma linha do tempo. É uma escolha analítica, e não quer dizer que não houve outras abordagens teóricas neste período que precederam a sociedade de massas ou que sociedade em rede é uma atualização da teoria anterior. Por vezes, os fenômenos sociais analisados existem em um longo processo, em que simultaneamente surgem novos estudos, pesquisas, modelos e postulados que se enraízam e se interligam e outros não se sustentam.

E tratando-se de fenômeno social da comunicação, Santaella (2005) ressalta que, embora muitos refiram-se a ele a partir da prensa de Gutemberg, ou ainda, a comunicação de massa. Porém a autora considera essa uma abordagem conservadora e limitadora da complexidade da comunicação humana.

Santaella (2005) propõe seis grandes eras como categorias analíticas, são elas: era da comunicação oral, era da comunicação escrita, era da comunicação impressa, era da comunicação de massa, a era da comunicação midiática e era da comunicação digital. Embora a autora considere as eras sequenciais, ressalta que uma era não encerra a anterior, mas sim acumula as eras anteriores. Para Santaella (2005, p.22) “elas vão se sobrepondo e se misturando na constituição de uma malha cultural cada vez mais complexa e densa”.

Assim, enquanto a cultura de massa continua a exercer influência, ela é complementada e, em muitos casos, desafiada pela cultura midiática e digital. Essa

interação entre diferentes eras da comunicação resulta em uma paisagem cultural complexa e dinâmica, onde elementos das culturas passadas e presentes coexistem e se entrelaçam, moldando a forma como nos comunicamos, consumimos informações e construímos nossa identidade cultural.

Sendo assim, ainda podemos observar aspectos significativos da cultura de massa, que incorporou e acumulou elementos das culturas de comunicação que vieram antes dela e também das que surgiram posteriormente. A cultura de massa, que teve seu auge no século XX com meios de comunicação de massa como jornais, rádio e televisão, continua a influenciar profundamente a forma como nos comunicamos e consumimos informações. Ao passo que vemos a ascensão de uma cultura midiática e digital, impulsionada pela internet e pelas redes sociais, que trouxeram novas formas de interação e participação do público na produção e disseminação de conteúdo.

1.2. Desinformação e teorias conspiratórias

Pinheiro e Brito (2014) discutem a dimensão polissêmica da palavra desinformação e do seu uso, por vezes, difuso. Os autores consideram que o fator semântico conduz a uma compreensão rasa e caracterizada pelo senso comum que interpreta o termo apenas como um ruído ou a ausência de informação. Para Pinheiro e Brito (2014) é importante ampliar o debate a cerca da desinformação, principalmente considerando a mídia e os meios de comunicação.

Contribuindo com a discussão que se formula neste tópico, Oliveira (2020) discute o conceito de “desinformação”, sobretudo dentro do contexto político e ideológico. Morfologicamente, a palavra “desinformação” significa uma ou mais ações que tenham como objetivo ou que resultem em desinformar um indivíduo ou uma comunidade inteira, ou seja, ocorre por meio da criação ou propagação de uma informação falsa que promove a dúvida, a incerteza e o erro. Mesmo que o seu criador ou aqueles que compartilhem essas ideias acreditem fielmente nelas, ainda assim a propagação de teorias não comprovadas por vias seguras e reconhecidas são ações de desinformações, gerando as chamadas teorias da conspiração.

A Teoria Crítica, fornece uma análise das estruturas de poder na sociedade moderna, enfatizando o papel das ideologias na manutenção dessas estruturas e a

necessidade de reconhecer e desafiar o processo de reificação. Esses conceitos são fundamentais para a compreensão crítica das sociedades contemporâneas. Em um aprofundamento dessa análise, Horkheimer e Adorno (1947) abordam a função da ideologia na sociedade, evidenciando como a cultura de massa, uma forma de ideologia, perpetua a dominação e promove a padronização do pensamento e do gosto.

Marcuse (1964), por sua vez, discute o papel das tecnologias e racionalidades em sociedades industriais avançadas, apontando para um controle social mais sutil e abrangente. Portanto, a Teoria Crítica destaca a ideologia como um elemento integral dos processos de controle social nas sociedades modernas, não apenas justificando a dominação, mas também promovendo a aceitação e internalização de valores e normas específicas, contribuindo para a manutenção do status quo.

O conceito de reificação é basilar na compreensão do processo como ideologias dominantes são internalizadas e reproduzidas pelos indivíduos. Lukács (1971) explora este conceito, que pode ser entendido como reificação, referindo-se ao processo pelo qual as relações sociais são percebidas e tratadas como naturais ou objetivas, ocultando sua construção social e histórica. Esse processo é fundamental na análise crítica de como o capitalismo e outras formas de dominação social transformam relações humanas em relações entre coisas ou mercadorias.

Para Marx, as crises dos capitalismo são intrinsecamente ligadas ao seu sistema estrutural no processo de acumulação de capital. Carcanholo (2010) explica que para entender as crises recorrentes do capitalismo é necessário considerar que ele depende dessas crises e recessões para crescer e se perpetuar.

As crises do capitalismo não são meramente de cunho econômico ou financeiro. Elas também causam um impacto social profundo, principalmente na poluição de menor poder econômico, que por vezes sofre com a escassez de recursos que atendam as necessidades mais básicas, e acabam por demandar por uma solução mais rápida. Nesse cenário, por vezes, de fome e instabilidade social, surgem discursos políticos baseados em ideologias controversas.

Nos casos mais conhecidos um ou mais personagens são acusados de serem a fonte da crise e do desequilíbrio, quase sempre essa narrativa ataca minorias raciais, étnicas e grupos sociais em vulnerabilidade. Os discursos apresentam elementos

como ódio, preconceito e teorias conspiratórias a fim de manipular e convencer os cidadãos.

Terenzi (2021) aponta que a literatura acadêmica concorda que o conceito de "povo" é o elemento mais importante da ideologia populista. Desde o início, as pessoas foram concebidas como um grupo homogêneo ou único, inerentemente bom e possuidor de uma infinidade de atributos positivos – pureza, inteligência ou autenticidade (TERENZI *et al.*, 2021).

Intimamente relacionado ao povo está o conceito de soberania popular, que define o povo como a soberania política legítima e final, uma versão atualizada (e não fiel) do conceito de vontade universal proposto por Rousseau. No sentido populista, a soberania popular é uma premissa central do funcionamento da democracia – sem ela, o funcionamento da democracia seria insustentável (TERENZI *et al.*, 2021).

É a partir desse argumento que o discurso populista condena a imagem de elites que não são apenas acusadas de não representar a vontade do povo, mas também responsáveis por a trair, privando assim o povo de seus direitos legais, de exercer seus direitos e poderes. As elites também são acusadas de conspirar com outros de fora do povo, favorecendo os civis em detrimento de seus interesses (TERENZI *et al.*, 2021).

O "outro" em oposição ao "povo" pode ser definido de diferentes maneiras, correspondendo a diferentes versões de populismo. De um modo geral, populismo significa um confronto entre cidadãos comuns e instituições corruptas (sistemas) (TERENZI *et al.*, 2021).

Algumas formas de populismo destacam características mais específicas de exclusão: grupos amplamente identificados como fora da comunidade (refugiados ou imigrantes e minorias raciais, de gênero ou econômicas) que, entre outras coisas, são acusados de privar os povos indígenas de direitos. Capital econômico, simbólico e cultural (TERENZI *et al.*, 2021).

A ligação entre mídia e populismo não é nova. No início, os meios de comunicação de massa forneceram aos populistas um canal mais direto do que por vias mais institucionalizadas de comunicação política, como manifestos, discursos ou o próprio discurso parlamentar. De maneira assertiva, De Albuquerque e Quinan (2019) colocam que as teorias da conspiração podem ser definidas como ideias que derivam de fontes suspeitas, sem nenhum tipo de comprovação científica e que

promovem a desinformação, uma vez que são extremamente fáceis de serem propagadas entre as comunidades, sobretudo por meio da tecnologia.

Não seria possível contabilizar todas as teorias de conspiração existentes, isso porque novas estão sempre sendo criadas e influenciadas por questões regionais, culturais, ideológicas, políticas e até mesmo religiosas e sociais. Em busca de discutir as principais delas, mais influentes e que possuem maior destaque no mundo moderno, seis delas foram apresentadas de forma objetiva e sucinta nos sub tópicos seguintes.

1.2.1. Movimento Terra Plana

Segundo uma pesquisa divulgada pelo Instituto Datafolha no ano de 2020, ao menos 7% dos brasileiros acreditam que o formato da Terra é plano. Isso significa que até o ano de 2020, cerca de 11 milhões de brasileiros acreditavam que a Terra é plana, teoria que foi refutada há pelo menos dois mil anos atrás. Acredita-se que essa teoria, hoje um movimento mundial, nunca deixou de ter seguidores. Porém, ganhou força por meio da fundação da chamada Sociedade da Terra Plana, em 1956, tendo como fundados o britânico Samuel Shenton, sendo essa a origem do movimento Terraplanista (BONFIM; GARCIA, 2021).

1.2.2. A chegada do homem à Lua

No dia 20 de julho de 1969, a frase “um pequeno passo para o homem, um grande salto para a humanidade” foi usada pela primeira vez durante a transmissão do pouso do astronauta Neil Armstrong na lua, sendo o primeiro homem da história a caminhar sobre ela. No entanto, diretamente associada com o movimento Terra Plana, é popular a teoria de que o homem nunca teria pisado na Lua e que essa seria apenas uma artimanha produzida pelos Estados Unidos com o objetivo de conquistar uma vitória na corrida espacial (REZENDE *et al.*, 2019)

1.2.3. Movimento Antivacinas

De todas as teorias da conspiração aqui citadas, a que alega que as vacinas seriam um plano do governo para contenção e controle populacional, pode ser colocada como um das mais – se não a mais – perigosa. Isso porque representa uma ameaça clara a saúde pública, promove a desvalorização de avanços científicos extremamente importantes e trabalha na direção oposta a erradicação de doenças para as quais já se possui vacinas.

1.2.4. Criação de doenças

Novamente, associada ao movimento antivacina, essa teoria parte da ideia de que seria um plano do governo e de grandes corporações deixar que as pessoas contraíssem as mais variadas doenças, de modo que assim possam garantir a manutenção e a evolução da indústria farmacêutica, da economia como um todo e promover o controle populacional global.

1.2.5. O vírus da COVID-19 foi criado em um laboratório chinês

No ano de 2019, em Wuhan, na China, surgiu um novo Coronavírus (SARS-CoV-2), vírus este que causou a COVID-19, a qual foi sendo transmitida de pessoa para pessoa rapidamente em todo o mundo (BRASIL, 2020). A disseminação tão acelerada a nível global fez com que a *World Health Organization* (2020) declarasse estado de emergência e a considerasse uma pandemia. Aliado ainda ao movimento antivacina e a as teorias sobre fabricação de doenças, tornou-se popular a ideia de que a China seria a responsável pela produção e disseminação proposital do vírus da COVID-19, devido a interesses econômicos e políticos.

1.3. Contexto brasileiro partir de junho de 2013 e a juventude

Para compreender o assunto de *fake news* em plataformas de mídias sociais é necessário entender qual a relevância das redes para o compartilhamento de informações do marketing eleitoral e promoção de candidatos durante o período eleitoral. As redes sociais são ferramentas de comunicação e compartilhamento de informações. Elas que começaram como mecanismo para facilitar o diálogo entre as

pessoas, hoje são utilizadas também para fins informativos e comerciais (KOTLER *et al.*, 2017).

Existe uma grande vantagem numérica de usuários que os sites de redes sociais possuem e a forma de organização social que estas plataformas permitem ao criar conexões entre grupos de características geográficas, ideológicas, políticas e sociais diversas na disseminação de conteúdo (AGGIO, 2013).

As eleições brasileiras de 2010 marcaram a entrada das mídias sociais no rol de estratégias de campanha no país. Partidos e candidatos investiram fortemente na Internet, seguindo o exemplo da campanha que elegeu o presidente norte-americano Barack Obama em 2008, na qual a presença da campanha em variadas ferramentas sociais da Web foi considerada fundamental para as estratégias de mobilização e engajamento, propiciando a identificação do então candidato à presidência com grupos específicos do eleitorado – incluindo-se a participação em redes sociais ligadas a diferentes grupos étnicos e raciais, além da criação de uma rede social própria para reunir apoiadores e simpatizantes (GOMES *et al.*, 2009; MARQUES; SAMPAIO, 2011).

Segundo Mahanneli:

As estratégias utilizadas em marketing político são ações com o intuito de destacar um nome e suas qualidades junto aos eleitores de forma clara e possível, levando nestas ações informações de conteúdo que façam o eleitorado assimilá-las como o objetivo de eleger o dono do nome a um cargo eletivo, e posteriormente alimentar este conceito e defendê-lo em política (Mahanneli, 1998, p. 12)

Seguindo os apontamentos do autor, estas ações igualmente colaboram para a construção de uma imagem negativa de outros candidatos.

Dentro desse contexto, atualmente os candidatos para se promoverem fazem uso das mídias sociais, pois por meio delas conseguem angariar eleitores e influenciar diretamente na escolha, de uma forma simples e com bastante amplitude. Estudos sobre a influência direta da comunicação e da propaganda política em processos eleitorais, realizados nas duas últimas décadas, apontaram e consolidaram algumas teorias sobre a não passividade dos eleitores, isto é, sobre as motivações psicológicas, políticas e econômicas dos eleitores no processo de aceitação, rejeição e de influência na condução estratégica de campanhas (POPKIN, 1994).

Embora *fake news* seja uma expressão em inglês e seu uso varie, sua adoção no Brasil se intensificou durante as eleições presidenciais de 2018. A principal

intenção por trás de sua utilização é, frequentemente, expressar que uma notícia tem a intenção de prejudicar a imagem de um oponente, neste caso, de um candidato a um cargo político, com o objetivo de angariar um maior número de votos. A expressão ganhou destaque e projeção mundial durante as eleições americanas de 2016, conforme aponta Lima (2018).

Braga (2018) define a expressão como a disseminação, independente do meio de comunicação, de notícias falsas com o propósito de chamar a atenção das pessoas com o foco de desinformar ou até mesmo conseguir alguma vantagem política e/ou econômica.

O brasileiro possui uma rotina conturbada, então para a *fake news* fazer efeito, o título precisa ser bem chamativo para conseguir prender a atenção do leitor, que porventura, acaba compartilhando com seus amigos, muitas vezes sem ler a matéria toda, focando apenas no título (LIMA, 2018).

Os métodos de disseminação de *fake news* evoluíram rapidamente ao ponto de envolverem o uso de robôs programados para espalhar mensagens de maneira automatizada e em um curto período (LIMA, 2018). Além disso, perfis falsos em mídias sociais são criados e geridos por softwares capazes de interagir com usuários reais. Teixeira (2018, p. 22) salienta que essa “essa semelhança com a realidade contribui para aumentar o compartilhamento e confere credibilidade ao conteúdo enganoso”.

Para Veloso (2017) no Brasil, o aplicativo *WhatsApp* é o mais utilizado para espalhar as *fakes news*, já que ele é gratuito e fácil de utilizar, o que facilita que as mensagens sejam compartilhadas entre grupos de famílias e amigos. Nesse contexto, é extremamente comum que essa via seja utilizada como uma arma ideológica que pode ser extremamente prejudicial para um determinado candidato.

Dentro desse contexto, atualmente os candidatos para se promoverem fazem uso das mídias sociais, pois por meio delas conseguem angariar eleitores e influenciar diretamente na escolha, de uma forma simples e com bastante amplitude. Estudos sobre a influência direta da comunicação e da propaganda política em processos eleitorais, realizados nas duas últimas décadas, apontaram e consolidaram algumas teorias sobre a não passividade dos eleitores, isto é, sobre as motivações psicológicas, políticas e econômicas dos eleitores no processo de aceitação, rejeição e de influência na condução estratégica de campanhas (POPKIN, 1994).

A *fake news*, no âmbito do direito é traduzida não como apenas uma notícia falsa, mas sim como uma notícia fraudulenta (RAIS, 2018). O autor afirma que essa mentira “parece ser mais objeto da Ética do que do Direito, sendo a fraude o adjetivo mais próximo da face jurídica da desinformação”, e por isso, são necessários três elementos para tratar o tema como figura jurídica: a falsidade, o dolo e o dano (RAIS, 2018).

O conceito e as características do dano moral ainda não estão plenamente assentados na doutrina brasileira, e com isso, a jurisprudência pátria é vacilante no quesito de reconhecimento do prejuízo moral e à configuração dos critérios adequados para sua reparação. Com isso, para o desenvolvimento do conceito, é verificado três correntes doutrinárias, os que caracterizam o dano moral de modo excludente ou negativo; os que entendem o prejuízo moral como dor ou alteração negativa no estado anímico, psicológico ou espiritual da pessoa; e os que o consideram em decorrência de lesão a determinada categoria de direitos (ANDRADE, 2015).

Dano moral é o prejuízo que afeta o ânimo psíquico, moral e intelectual da vítima. Sua atuação é dentro dos direitos da personalidade. Nesse campo, o prejuízo transita pelo Imponderável, daí porque aumentam as dificuldades de se estabelecer a justa recompensa pelo dano. Em muitas situações, cuida-se de indenizar o inefável (VENOSA, 2011. P. 49).

O dano moral é definido por Silva (1992, p. 02) como “lesões sofridas pelo sujeito físico ou pessoa natural de direitos em seu patrimônio ideal, entendendo-se por patrimônio ideal, em contraposição a patrimônio material, o conjunto de tudo aquilo que não seja suscetível de valor econômico”.

Cavaliere Filho (2012, p. 90) define como:

O dano moral não mais se restringe à dor, tristeza e sofrimento, estendendo a sua tutela a todos os bens personalíssimos – os complexos de ordem ética -, razão pela qual podemos defini-lo, de forma abrangente, como sendo uma agressão a um bem ou atributo da personalidade. Em razão de sua natureza imaterial, o dano moral é insusceptível de avaliação pecuniária, podendo apenas ser compensado com a obrigação pecuniária imposta ao causador do dano, sendo esta mais uma satisfação do que uma indenização. (CAVALIERI FILHO, 2012, p. 90)

A responsabilidade civil é calcada na ideia de reparação, ou seja, nasce a responsabilidade para reparar, recompor o direito violado. A responsabilidade então teria a função primordial de fazer retornar o estado anterior de coisas. Desta forma,

não havendo dano, não nasceria a responsabilidade, pois não haveria o que recompor.

Sabendo-se que a indenização por dano moral tem o papel de compensar danos extrapatrimoniais, resta saber quais exatamente seriam esses danos, quais os bens jurídicos que, prejudicados, poderão ser havidos como aptos à configuração de danos morais, sendo hábeis, pois, a dar lastro a indenização (CIANCI, 2019). A categoria do dano moral se contrapõe (suplementando na maioria dos casos) à do dano material. Enquanto esta tem foco no prejuízo estritamente econômico experimentado, aquela diz respeito a danos não materiais, que afligem a pessoa e afetam direitos da personalidade.

Ainda que a indenização por dano moral não sirva exatamente para retornar o estado (material) anterior de coisas, é patente que ela se presta a compensar o prejuízo extrapatrimonial experimentado. Vale reiterar que o leitmotiv da indenização por dano moral é a compensação/reparação, podendo até mesmo se encontrarem outras funções, mas que são subsidiárias e não atuam propriamente como configuradoras do dano moral.

Para a configuração do dano moral, então, é necessário que se identifiquem lesões que provoquem situações como a de angústia, vexame, dor, sofrimento etc. Neste sentido, Yussef Said Cahali escreveu:

Segundo entendimento generalizado na doutrina, e de resto consagrado nas legislações, é possível distinguir, no âmbito dos danos, a categoria dos danos patrimoniais, de um lado, dos danos extrapatrimoniais, ou morais, de outro; respectivamente, o verdadeiro e próprio prejuízo econômico, o sofrimento psíquico ou moral, as dores, as angústias e as frustrações infligidas ao ofendido (CAHALI, 2012, p. 19).

A existência deste tipo de lesão – sofrimento psíquico, angústia, sofrimento etc. – é ponto de partida essencial para a existência do dano moral. Qualquer conduta – ainda que ilícita – que não dê causa a tais situações, igualmente não dará suporte à indenização por dano moral, simplesmente pelo fato de não ter havido essa espécie de dano.

Mediante os estudos apresentados para que fosse compreendida a importância da presente temática, torna-se importante pontuar que a produção e distribuição de notícias falsas não deve ser tida como uma estratégia de competitiva em disputas eleitorais, tendo em vista o caráter imoral, antiético e até mesmo ilegal da disseminação e compartilhamento de *fake news*.

Logo, pode-se concluir que o impacto da crescente indústria das *fake news* foi extremamente negativo, principalmente para o setor político do Brasil, fazendo com que a imagem de muitas figuras públicas fosse manchada e uma série de crimes de difamação e danos morais fossem cometidos, fomentando a necessidade de tais crimes serem punidos com rigor, para que não afetem tanto o próximo processo eleitoral

1.4. Desinformação e a democracia em vertigem

A Netflix produziu em 2019 o documentário *Democracia na Vertigem*, dirigido pela cineasta Petra Costa. O filme mostra o fim do governo do PT e o impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff. O filme dá uma perspectiva pessoal da grave crise pela qual o Brasil passava e mostra a situação altamente polarizada no país. *democracia na vertigem* foi indicado ao Oscar na categoria de melhor documentário em 2020 e foi listado como um dos melhores filmes de 2019 pelo *The New York Times*.

O filme de Petra Costa usa imagens fortes para resumir um dos momentos mais tumultuados da política brasileira. O filme assume um tom pessoal. No Brasil, a extrema direita se ergueu por causa da extrema polarização política entre esquerda e direita. Isso é mostrado no filme ao longo das lutas da nova democracia e com que facilidade ela pode ser quebrada.

Petra usa uma variedade de eventos públicos, como os votos a favor e contra o impeachment de Dilma Rousseff, e marchas de rua a favor e contra o impeachment entre 2013 e 2016 nesta história. A cineasta usa gravações pessoais, entrevistas, reportagens de TV e registros políticos de bastidores, além das imagens de arquivo do filme. O país passou por muitos momentos difíceis durante a ditadura militar, diz Petra Costa. Ela sugere que mergulhemos na história política recente do país e expliquemos o que aconteceu durante esse período.

O ex-presidente Lula foi preso e Sérgio Moro tomou posse como ministro da Justiça de Jair Bolsonaro. Petra tem acesso exclusivo aos presidentes anteriores e os entrevista, ajudando a contar a história de um país que está desmoronando. Por meio de suas próprias palavras, Petra conta ao público do cinema como os acontecimentos políticos afetam os brasileiros. O filme não é imparcial; são as próprias declarações de Petra que ouvimos na primeira pessoa.

A cineasta mostra que está próxima do tema do filme logo nos primeiros minutos quando coloca por meio de sua voz em um plano de fundo no documentário: "a democracia brasileira e eu temos quase a mesma idade, e achei que nos nossos 30 estaríamos ambas em terra firme".

No início do filme, Petra e seus pais estão posicionados na extremidade esquerda da tela, indicando que o filme não é apenas uma declaração política, mas também pessoal. A cineasta e sua família aparecem no documentário, juntamente com suas biografias. Em *Democracia em vertigem*, as instituições poderosas parecem estar testando seu poder enquanto muitas instituições públicas sólidas estão sendo demolidas.

Petra constata as enormes perdas na ciência e na cultura, assim como ataques à imprensa e ameaças de retorno da censura. A cineasta mostra que Dilma Rousseff não tem amigos durante o processo de impeachment. O filme mostra seu isolamento político na tela. O filme questiona o envolvimento de Sérgio Moro, na época juiz, nas operações da Lava Jato. O filme afirma que houve um golpe de estado no Brasil em 2013.

Petra é um monumento que mostra um momento político e histórico local, mas em muitos outros países ao redor do mundo a democracia está em dificuldades. Em diferentes partes do mundo, o populismo e a extrema direita estão crescendo. Isso está causando enormes aumentos na polarização política.

A Netflix diz que *Democracy in Vertigo* foi um grande sucesso de público, apesar de algumas críticas entre muitos elogios. Nenhum outro documentário foi mais assistido pelos brasileiros em 2019 do que o filme de Petra. A produção ficou em segundo lugar depois do título *Our Planet*. Algumas das pessoas que não gostaram do filme disseram que a narrativa era muito "preto no branco", tendenciosa para os interesses de Petra e seus simpatizantes, assumindo uma ideia de uma história inventada.

1.5. Democracias em Perigo

A democracia tem seus desdobramentos históricos pelos atenienses, porém, não é possível dizer que foi lá que surgiu a democracia que se conhece hoje. Isso

porque, segundo Veira (2013) a democracia ateniense era excludente para com seus participantes.

Para Bonavides (2010) foi na Grécia, sobretudo em Atenas, que surgira a democracia direta, onde o povo se reunia na “Ágora” espécie de uma assembleia, para tratar de assuntos referentes à política e exercer seu poder democrata.

A democracia surge da aplicação do conceito de “participação” no meio político, isso porque esse termo significa a divisão de algo entre várias partes. Neste contexto, a participação é o poder de decisão dado a uma parte da população, como se a política fosse dividida e partilhada. Diferente da centralização de poder político, tão conhecido na história (MORONI; CICONELLO, 2005).

Ainda segundo Moroni e Cioconello (2005), a participação política de diferentes cidadãos contribuía para a pluralidade de ideias e fazia com que as demandas de mais grupos sociais fossem colocadas em pauta e até mesmo atendidas. Porém, como veremos no decorrer deste trabalho, nem todas as camadas da sociedade grega eram levadas em consideração.

Neste tipo de democracia, só eram considerados cidadãos aqueles que fossem homens, adultos, atenienses e que também fossem filhos de pais legitimamente atenienses. Dessa forma, aqueles que não se enquadravam nesses padrões não tinham o direito de participar da vida política (BONAVIDES, 2010).

Estabelece-se uma contradição na democracia ateniense, isso porque “o direito de participação no ato instituidor da vontade política, era regalia de ínfima minoria de homens apoiados sobre esmagadora maioria de homens escravos” (BONAVIDES, 2010, p. 27).

Os conceitos de “povo” e de “maioria” na democracia ateniense ficam enfraquecidos, devido ao fato que o povo significa um seleto grupo de uma específica classe social e a maioria não é concreta devido ao fato de os participantes não serem a real população de Atenas.

Segundo Funari (2002) a democracia ateniense só podia ser aproveitada por uma parcela da população, porém, os requisitos ainda podiam incluir como cidadãos aqueles que eram camponeses e pequenos artesões. Essa realidade era completamente inusitada, visto que até então o poder político era restrito àqueles que eram extremamente ricos e bem-nascidos.

No entanto, a personalidade excludente natural daquele período histórico resultou em vastas críticas. Funari (2002) acrescenta que o filósofo Sócrates era um exemplo daqueles que eram desfavoráveis à política ateniense. Para ele era na qual atuavam pessoas despreparadas e na qual a arte de falar bem, estava a serviço do engano.

O acontecido do julgamento de Atenas contra Sócrates e a seguinte condenação à morte “por sentença de um tribunal democrático” (VIEIRA, 2013), fizera com que seu discípulo Platão, também dirigisse críticas a democracia ateniense.

Para este filósofo, o Estado deveria ser constituído de governantes, soldados e trabalhadores que, conforme os atributos pessoais de cada um teriam o seu lugar na organização estatal:

[...] se nascer algum filho inferior aos guardiões, deve ser levado para outras classes, e, se nascer um superior das outras, deve ser levado para a dos guardiões. Isto queria demonstrar que mesmo os outros cidadãos devem ser encaminhados para a atividade para que nasceram, e só para ela, a fim de que cada um, cuidando do que lhe diz respeito, não seja múltiplo, mas uno, e deste modo, certamente, a cidade inteira crescerá na unidade, e não na multiplicidade (PLATÃO, 2009, p. 116).

Logo, a democracia passou a ser considerada a união do que há de pior em todas as classes sociais, resultando no pior tipo de governo possível para uma cidade-estado da época. Isso porque, para que se consolidasse e progredisse o governo da *pólis* deveria ser formado por uma sociedade civil pautada pela razão e não por suas razões individuais e caprichos pessoais (VIEIRA, 2013).

Aristóteles (2007) idealizou análises acerca de “quantas e quais são as formas de governo para verdadeiramente o cidadão podem participar”. Para tanto o autor, traz três formas de governo que podem estar boas ou más:

[...] as formas corretas de constituição são aquelas nas quais uma única pessoa, umas poucas pessoas ou muitas pessoas governam visando ao interesse comum; enquanto os governos que têm em vista o interesse privado, seja de um, seja de uns poucos, seja de muitos, são desvios de constituição corretas, pois os membros da Cidade, se eles são verdadeiramente cidadãos, devem participar da vontade comum (ARISTÓTELES, 2007, p. 124).

Diante do exposto, Aristóteles (2007) enfatiza que para que a monarquia seja boa jamais pode se degenerar em “tirania”, no qual o único soberano governa em benefício próprio; a aristocracia jamais pode se transfigurar em “oligarquia”, resultando no governo de uns poucos em prol de seus interesses; e o governo constitucional

jamais pode desvirtuar-se da democracia, onde se governa tendo em mira exclusivamente aos seus interesses. Deve-se servir ao interesse de toda sociedade.

Segundo Menezes (1992, p. 03), a democracia surgida exatamente em Atenas fora a democracia direta, onde “o povo, reunido em assembleia, exprime sua deliberação, na efetivação das funções governamentais mais importantes, tais como elaborar a lei, afirmar a guerra ou a paz e pressupor certos crimes”.

Do mesmo modo que para Azambuja (2005), a pequena dimensão de uma cidade ateniense, o curto número de pessoas que eram consideradas cidadãos e, os poucos assuntos a se resolverem, permitiam a forma direta de governo pelo povo e para o povo nos Estados gregos.

Por todo exposto, torna-se evidente que a democracia grega, mesmo que restrita para a maioria da população era direta e partia do pressuposto de que todos eram iguais perante a lei e tinham o mesmo direito à palavra. Portanto, conceitualmente a democracia grega caracterizava-se por três valores: igualdade, liberdade e participação sem intermediação e as questões eram votadas pelo cidadão em praça pública. Hoje, a democracia é representativa, os eleitores transferem para deputados o poder de decidir o destino do país.

Em um primeiro momento, é necessário falar sobre a divisão de poderes na até então República Federativa do Brasil. A formulação clássica da separação dos Poderes corresponde à forma tripartite, que vem organizar o poder Legislativo, o poder Executivo e o poder Judiciário.

A tripartite se organiza das seguintes formas, ao primeiro, tem como competência de legislar, ao segundo Poder a função de governar e administrar os interesses públicos, e por fim, a função executiva, cabível ao Poder Executivo, que se incumbem de decidir os problemas concretos e individualizados, com consonância das leis, abrangendo todos os atos e fatos jurídicos que não tenham caráter geral ou imparcial.

As primeiras bases teóricas sobre tripartição de poderes foram retratadas na antiguidade por Aristóteles. Aristóteles (2010), em umas de suas obras, especificamente chamada de “Política”, aponta que as três funções distintas exercidas pelo soberano seriam a de editar, aplicar e julgar as normas gerais observadas por todos. Desta maneira, a criação dos Três Poderes que conhecemos foi desenvolvida

pelo iluminista Charles de Montesquieu, em 1748, na obra “O Espírito das Leis” (MASCARENHAS, 2010, p. 141).

Ele não foi o primeiro a investigar um desfecho para que o poder não ficasse concentrado nas mãos de apenas uma pessoa ou de um pequeno grupo, entretanto foi ele que depois muita análise explicou de maneira mais clara e eficaz uma forma que contribuísse para melhor funcionalidade entre governo e população.

Diante do exposto, este tipo de direção da separação dos poderes - que neste contexto é o mais utilizado - foi criado por Montesquieu, tinha como propósito estabelecer parâmetros ao Constitucionalismo, ou seja, o conjunto de leis contidas em uma Constituição. Através dela há uma maneira democrática de selecionar e designar autoridades e suas funções para administração da vida em sociedade.

O Poder Executivo brasileiro faz parte das instâncias dos três poderes que estão organizados e centrados nos estados brasileiros e no Distrito Federal, ou seja, nos entes federativos, tais como União o Poder Executivo é exercido pelo Presidente da República, no ente Estadual é exercido pelo Governador do Estado e ente Municipal é exercido pelo Prefeito. Isto posto, prosseguimos essa temática, apresentando suas divisões e competências em cada esfera mencionada.

O Poder Legislativo é exercido pela Câmara dos Deputados e constituído de forma bicameral e traçando um encontro com Senado Federal, no ente estadual é exercido pela Assembleia Legislativa e no ente Municipal é exercido pela Câmara dos Vereadores. Conforme o artigo 44 e 45 da CRFB/88, que dispõe:

Art. 44. O Poder Legislativo é exercido pelo Congresso Nacional, que se compõe da Câmara dos Deputados e do Senado Federal. (BONAVIDES, 2008, p. 345)

Com expões o CF/88, o congresso nacional é composto por duas esferas, sendo elas as Câmaras dos deputados e senado federal.

Art. 45. A Câmara dos Deputados compõe-se de representantes do povo, eleitos, pelo sistema proporcional, em cada Estado, em cada Território e no Distrito Federal.

§ 1º O número total de Deputados, bem como a representação por Estado e pelo Distrito Federal, será estabelecido por lei complementar, proporcionalmente à população, procedendo-se aos ajustes necessários, no ano anterior às eleições, para que nenhuma daquelas unidades da Federação tenha menos de oito ou mais de setenta Deputados.

§ 2º Cada Território elegerá quatro Deputados.

Diante do exposto, a Câmara dos Deputados, conforme está previsto no artigo 45 da CRFB/88 compõe-se de representantes eleito pelo povo, cuja escolha se dá através de eleições realizada pelo sistema proporcional, ou seja, essa proporcionalidade se dá de forma que a quantidade total de Deputados varia, sendo relativo à população de cada Estado e do Distrito Federal, sendo estabelecido, no ano antecedente às eleições, por lei complementar, a fim de que nenhum Estado-Membro e Distrito Federal tenham menos de oito ou mais de 70 Deputados.

É de conhecimento geral que em um sistema político representativo, como é o caso da democracia, um dos desafios dos partidos e candidatos eleitorais é estabelecer uma relação positiva com o seu eleitorado, passando confiança, motivação e despertando sensações de representatividade. Nesse cenário, é extremamente comum que os eleitores tenham uma grande tendência a eleger candidatos que estão alinhados ideologicamente com eles, ou seja, os resultados eleitorais do ano de 2019 representam o crescimento claro das ideologias conservadoras no Brasil.

Com os Direitos Humanos da primeira geração temos a passagem de uma autoridade máxima e irrevogável do Estado, ou seja, um poder supremo e extremamente autoritário, para um Estado de Direito, o qual em seu contexto, respeita a liberdade individual, seja ela de consciência, de reunião, e a inviolabilidade ao domicílio. Pretendia, com essa dimensão, uma autonomia pessoal, provindos de uma abstenção dos governantes, onde haveria obrigações de não fazer e não intervir no aspecto da vida pessoal de cada um.

Porém, não havia qualquer preocupação com a desigualdade social e tão pouco se preocupava com a justiça social. Com o estopim da Revolução Industrial europeia, em meados do século XIX, que o percebeu-se que o absentismo do Estado liberal não estava correspondendo a demanda social do momento, fazendo com que os Poderes Públicos assumissem o dever de operar para que a sociedade superasse suas angústias sociais. Daí a importância da intervenção intensa do Estado na vida econômica e a busca da justiça social.

A partir desse fato que entramos na esfera da segunda dimensão dos Direitos Humanos, pois com a intervenção do Estado para não mais atuar como absento, mas obrigado a prestações positivas para com a sociedade, tais como assistência social, saúde, educação, trabalho, lazer etc., que temos o surgimento dos *direitos sociais*.

São considerados direitos de segunda dimensão porque é “por meio dos quais se intenta estabelecer uma liberdade real e igual para todos, mediante a ação corretiva dos Poderes Públicos.” (MENDES, 2017, p. 129)

Ou seja, não são direitos sociais porque sejam direitos de coletividade, mas por aclamarem as justiças sociais, mesmo que na maior parte deles, a titularidade seja um indivíduo singularizado. Os chamados de terceira geração são marcados por alterações sociais em razão de profundas mudanças. Com novos problemas e preocupações mundiais surgindo, como preservação ambiental, por exemplo, o ser humano torna-se inserido em uma coletividade e passa a ter direitos de solidariedade e fraternidade. São caracterizados pela titularidade coletiva, uma vez que não são mais para uma proteção do ser humano de forma isolada, mas agora com um pensamento coletivo, de grupos. Além da questão ambiental, temos aqui a proteção à paz, ao desenvolvimento, à conservação de patrimônios históricos e culturais.

Portanto, os chamados de terceira geração são aqueles que ultrapassam os interesses individuais. São relacionados, na verdade, com a proteção do gênero humano, pondo em prioridade a humanidade e a universalidade. Por entendimento de Norberto Bobbio, a quarta geração decorreria dos avanços no campo do estudo genético, o qual coloca em risco a própria existência humana. Em suas palavras: “[...] já se apresentam novas exigências que só poderiam chamar-se de direitos de quarta geração, referentes aos efeitos cada vez mais traumáticos da pesquisa biológica, que permitirá manipulações do patrimônio genético de cada indivíduo.” (BOBBIO, 1909, p. 08).

E por fim, os de quinta dimensão, apesar de já terem sido citados anteriormente por Karel Vasak que os classifica como de terceira geração, sendo ele o direito à paz, Paulo Bonavides acredita que a paz deva se englobar numa dimensão somente sua, pois afirma que é a máxima do direito participativo, ou ainda, supremo direito da humanidade.

Dentre os direitos sociais elencados no texto constitucional importa para o presente trabalho o direito à educação, que será analisado oportunamente. Antes, porém, é mister abordar os direitos sociais enquanto cláusulas pétreas, o que evidencia a sua relevância no Estado brasileiro.

Muita discussão ainda existe sobre a visão dos direitos sociais serem cláusulas pétreas, na visão de Martins Neto (2003, p. 173), estes são em todas as suas

projeções singulares ao longo da Constituição, são pétreos e, como tais, fundamentais.

De acordo com Barreto (2003, p. 29), o constituinte enquadrou os direitos sociais como categoria jurídica essencial do Estado Democrático de Direito, listando os valores supremos da Constituição Federal, assim, igualando-os à mesma categoria hierárquica dos direitos civis e políticos.

Para Marta e Abujamra (2010, p. 78), os direitos sociais estão previstos no artigo 60,§4º, inciso IV, onde a expressão ‘direitos e garantias individuais’ deve abarcar todos os direitos fundamentais do Título II, bem como outros expressos na Constituição Federal. Para as autoras, a interpretação do inciso deve ser em sentido lato.

Entretanto, as referidas autoras ressaltam que consideram os direitos sociais como cláusulas pétreas e que estes “não poderão ser abolidos ou restringidos indevidamente”, mas não veem óbice às modificações, desde que mantido um núcleo mínimo, ou seja, “a essência pretendida pelo legislados originário” (MARTA; ABUJAMRA, 2010, p. 171-172). Logo, se parte da ideia de que o objetivo e a existência dos direitos sociais devem ser sempre respeitados, porém os mesmos podem e devem ser atualizados para que sigam atendendo as necessidades das sociedades modernas.

Segundo Bonavides (2009), tanto a emenda constitucional, quanto a lei ordinária que abolir ou afetar a essência protetora dos direitos sociais, constante na índole, espírito e natureza do nosso ordenamento maior, padecerão da mácula da inconstitucionalidade.

Os direitos sociais, para Martins Neto (2003, p. 174), cumprem uma decisiva função de complementação, à medida que postulam tornar reais os benefícios prometidos pelos direitos liberais e políticos formalmente proclamados.

Neste sentido, Martins Neto (2003, p. 174), complementa:

[...] supor que apenas são pétreos os direitos de liberdade e participação, segundo uma concepção meramente abstrata de pessoa humana, implica admitir a possibilidade de retorno da ordem constitucional à lógica do liberalismo originário, quando é certo que, sob a inspiração das ideias de complementaridade e indivisibilidade, justamente contra tal risco foram erguidas as barreiras do Estado Social. (MARTINS NETO, 2003, p. 174)

Nesta mesma linha, a favor dos direitos sociais como cláusulas pétreas, Ferreira Filho (2010, p. 127), aponta:

Não tem sentido, todavia, imaginar que a Constituição diferencie entre os direitos fundamentais, garantindo a inabolibilidade de uns – as liberdades – e não de outros, os direitos sociais e os direitos de solidariedade. Assim, deve-se entender que a cláusula de inabolibilidade abrange todos os direitos fundamentais. (FERREIRA FILHO, 2010, p. 127)

Assim, de forma conclusiva, Resende (2006) afirma que os direitos sociais, por conta de sua relevância constitucionalmente, são componentes da matéria que se encontra protegida da intervenção do poder constituinte derivado, tendo em vista a interpretação da Carta Magna, onde a dignidade da pessoa humana é um dos fundamentos do Estado Democrático Brasileiro.

1.6. Política e os dados

Para que o presente tema possa ser discutido em sua amplitude, torna-se necessário compreender o processo que resultou em uma sociedade baseada em dados, como a que vivemos agora, e quais foram as maiores motivações para que esse processo se desenvolvesse com tanta intensidade. A definição de um novo padrão tecnológico se dá quando um determinado setor apresenta modificações em sua estrutura produtiva por meio de tecnologias em ascensão ou já disponíveis. Estas modificações vêm acompanhadas de reorganização nas relações dentro da firma e com o mercado na qual se está inserido e isso significa que não somente o arcabouço técnico modificou-se, mas também todas as atividades socioeconômicas sofreram algum tipo de alteração (DATHEIN, 2003).

Como bem explica Coelho (2016) o conceito de Indústria 4.0 teve origem na Alemanha, mais especificamente durante a feira de Hannover em 2011, que propunha a utilização de novas tecnologias para o setor industrial. Em resumo, desenvolveu-se a ideia de se aplicar no setor produtivo a interação simultânea entre os indivíduos, máquinas, sistemas cyber-físicos e outros agentes econômicos habilitados para dispor de maior liberdade nas tomadas de decisões aumentando, assim, a capacidade produtiva.

Assim como este novo estágio se manifesta para ser alcançado, antecedentes a estes conceitos, houve outros períodos durante as Revoluções Industriais em que outros padrões de produção e de tecnologias eram recorrentes, isto é, pode-se observar uma revolução no padrão tecnológico e nas relações entre a produção e as técnicas empregadas. Portanto, um progresso em inovação é caracterizado pela

utilização de forças produtivas, sejam elas capital, terras, força de trabalho, entre outros, de modo diferente do que foi utilizado anteriormente (COELHO, 2016).

Analisar os métodos ocorridos através do processo industrial é uma maneira de compreender a forma de como a indústria se estabelece ao longo do tempo e como ela desenvolve modelos de gestão. Isso irá impactar não somente em fatores sociais, econômicos e políticos, mas também será fundamental para a compreensão da nova ordem industrial que está se estabelecendo.

A Europa do século XVIII foi marcada por profundas mudanças sociais e econômicas. Os desejos progressistas que se disseminavam pelo continente buscavam colocar em prática novas técnicas e conceitos que correspondessem ao novo ritmo de trabalho imposto enquanto promovia uma ruptura com a ordem de produção vigente (NICOLACI, 2002).

Segundo Nicolaci (2002) até a segunda metade do século XVIII o comércio era movimentado por produtos manufaturados em escala artesanal. Basicamente, eram produzidos em casa e grande parte desses produtos manufaturados eram tecidos produzidos manualmente. Contudo, para ganho de escala, a tecnologia a vapor foi incorporada ao processo de produção de tecido, mecanizando todo o procedimento de produção e proporcionando o nascimento da indústria que motivou a Primeira Revolução Industrial, onde as produções artesanais deram lugar à mecanização dos processos produtivos.

Nesse período, a inserção de máquinas a vapor e a utilização do carvão como fonte de energia na produção promoveu mudanças em todo o sistema de produção e no mercado de trabalho. Nas fábricas, os trabalhadores agora se viram obrigados a acompanhar o ritmo de produção das máquinas a vapor, impulsionando fortemente o setor têxtil (SUL, 2006).

Houve progresso também, porém num ritmo diferente, na produção de carvão, ferro e aço, mas foi exatamente no ramo da produção têxtil que se iniciou a transição do sistema de produção artesanal para o fabril. Porém, Sul (2006) coloca que apesar de as inovações técnicas terem trazido consigo, principalmente com automação do trabalho, a contração de mão de obra, o processo de industrialização não se realizava sem a atuação da ação humana. Isso afetou expressamente as relações de trabalho e o processo de produção, principalmente de artesões.

O advento Primeira Revolução Industrial, além de tudo permitiu mudanças radicais no modo de vida dos trabalhadores ingleses, dentre elas as relações entre empregadores e empregados passaram a ser mais rígidas, a adoção de longas jornadas de trabalho e péssimas condições de trabalho e de sobrevivência dos trabalhadores. Com a chegada das maquinarias, o trabalhador, antes artesão, não mais domina e executa todas as técnicas para a fabricação de um produto. O artesanato foi ultrapassado pela máquina, e não exigia mais a habilidade de um trabalhador para ser operada (HOBSBAWM, 2015).

O que ocorre nesse contexto, é que a mercadoria agora produzida pela indústria é produzida em grandes quantidades, podendo diminuir o preço, e de maneira muito mais rápida, que faz com que o artesão não tenha chances de concorrência, tornando-o submetido à mesma. Para Hobsbawm (2015) a inserção de uma nova tecnologia e a inovação nos métodos de produção foi significativa não só para o sistema de produção, mas também no mercado de trabalho. Essa lógica na produção e nas relações de trabalho permanecerá predominante até que uma inovação em moldes mais modernos seja colocada em prática, que é o que acontece na Segunda Revolução Industrial.

Em seguida, na metade do século XIX, nota-se a necessidade crescente por novas tecnologias que acaba por se tornar uma demanda comum para qualquer nação ou dono de indústria com o intuito de ampliar os lucros. Com isso o modelo industrial estipulado no século XVIII sofreu diversas mudanças e aprimoramentos que marcaram essa busca incessante por inovações (DATHEIN, 2003).

Para Dathein (2003) foi nesse momento que uma nova onda tecnológica sedimentou a Segunda Revolução Industrial, onde se observa a utilização de eletricidade como matriz energética fazendo uso do petróleo e outros insumos. Essa revolução foi marcada pela expansão da produção em série e pela alta do mercado automobilístico juntamente com uma grande leva de desenvolvimentos dentro da indústria química, elétrica, de petróleo e de aço.

A Segunda Revolução Industrial, contudo, é vista como apenas uma fase da primeira, já que da perspectiva social e tecnológica não houve uma grande ruptura no período decorrente entre as duas, consistiu num aprimoramento e aperfeiçoamento das tecnologias (OLIVEIRA, 2004).

A busca por maiores lucros levou ao extremo a especialização do trabalho. Oliveira (2004) coloca que a produção foi ampliada passando-se a produzir artigos em séries, o que acabava por baratear o custo. Além disso, houve o surgimento das linhas de distribuição e montagem, que consistia em esteiras por onde circulavam partes do produto a ser finalizado posteriormente, de modo a tornar o processo mais dinamizado.

Além disso, surge o prefácio do consumo e produção em massa, que posteriormente ficou conhecido como Fordismo. Este conceito recebe este nome por conta da indústria automobilística americana Ford, que foi a primeira empresa a utilizar as esteiras que levavam o chassi do carro, que percorria toda a fábrica e os operários ficavam encarregados de montavam os carros com as peças que chegavam até eles também por meio de esteiras (TENÓRIO, 2011).

Outro conceito importante aplicado que surgiu nesse período foi o Taylorismo, que consistia, segundo Ribeiro (2015) em um método, como explica o autor:

Método de racionalizar a produção, logo, se possibilitar o aumento da produtividade do trabalho 'economizando tempo', suprimindo gestos desnecessários e comportamentos supérfluos no interior do processo produtivo, o sistema Taylor aperfeiçoou a divisão social do trabalho introduzida pelo sistema de fábrica (RIBEIRO, 2015, p.81).

Resumidamente, o Taylorismo visava o aumento da produtividade controlando a integração entre os trabalhadores e as máquinas no processo de produção, através da divisão de tarefas e especialização do trabalhador, para que seja possível alcançar a maximização da produtividade, obtendo maior controle administrativo e maior qualidade.

Então, é importante ressaltar que neste período houve o aparecimento de modelos produtivos pensados necessariamente para a indústria, maneiras de se desenvolver um modelo de organização industrial. Passaram a se pensar em sistemas de organização industrial e administrativos, de modo a gerir a mão de obra de formas mais diretas e eficientes, fatores que antes não existiam na primeira fase da indústria e que, desde então, passaram a ser cada vez mais elaborados nos próximos processos industriais.

Tendo como pioneiros os Estados Unidos e o Japão, a Terceira Revolução Industrial ocorre por volta da metade do século XX, e traz consigo a utilização de novas matérias primas como a fibra ótica e o silício e o petróleo que antes era a

principal fonte energética começa a dar espaço cada vez mais para outras demandas energéticas, como a nuclear e alternativas semelhantes (OLIVEIRA, 2004).

Outro fator importante foi à introdução da robótica e da automatização sobre os processos na área da informática, impactando diretamente no setor das telecomunicações. Enquanto na segunda fase da indústria o setor automotivo era quem ganhava destaque, este com a chegada da Indústria 3.0 ainda permanecem em fabricação, mas os carros produzidos a partir deste período incorporaram tecnologias vigentes desta nova revolução. Basicamente, os automóveis fabricados já vêm embutidos de tecnologias de telecomunicação, como a internet e outros sistemas que não são mais mecanizados, e sim eletrônicos (OLIVEIRA, 2004).

Ribeiro (2015) coloca que se incorporou também o Toyotismo, ou a produção flexível. Este conceito originou-se por conta da montadora Toyota no Japão, que é a produção industrial Just in Time, ou seja, produzir de acordo com a encomenda, evitando assim o acúmulo de estoques de mercadorias.

Tais avanços trouxeram a aproximação das diversas nações ao redor do mundo, principalmente no que se refere à integração de mercado existente em outros países em um curto espaço de tempo, a chamada globalização. Isso porque houve uma intensa transferência de dados por meios eletrônicos, criando a simultaneidade de informações nas bolsas de valores, na transferência de lucros de lucros das empresas para a matriz e a formação e expansão das multinacionais ou empresas globais (RIBEIRO, 2015).

Nesta fase, modificou-se não somente o modo de comunicação, as empresas também acabaram por mudar drasticamente suas maneiras de gerir, já que dispunham de novos meios e tecnologias que aprimoram a coleta e troca de informações, deste modo aprimorando as condições competitivas frente outras empresas no mercado (COELHO, 2016).

O ciclo virtuoso dessa nova fase industrial caracterizou-se pela intensa aplicação de capital em pesquisas de novas tecnologias para a otimização da produção. Os rápidos avanços e desenvolvimento nos setores de Ciência e Tecnologia acabaram por trazer grandes mudanças para a época e para a atualidade, culminando na chegada da Quarta Revolução Industrial, que terá grande impacto nas mudanças dos sistemas de produção e consumo, baseada em tecnologias ainda mais avançadas.

O termo indústria 4.0 ganhou grande conhecimento no ano de 2011, quando surgiu uma iniciativa conhecida por *industrie 4.0*, que era um grupo de representantes no ramo empresarial, político e acadêmico que apoiaram o termo com a intenção de fortalecer a competitividade da indústria alemã (MOREIRA, 2017).

Para Moreira (2017) a quarta revolução industrial teve início a partir da consolidação das ferramentas da tecnologia da informação, reunindo um modelo virtual da planta, com a planta em si, e o uso da computação em nuvem e a melhora sensores e com conectividade além dos *Programmable Logic Controller* (PLCs). E com isso, o ser humano deixa de realizar certas funções repetitivas e massivas, passando a se preocupar com o planejamento da produção.

“A indústria está em transformação a uma velocidade nunca antes vista, impulsionada pelo desenvolvimento e utilização de tecnologias facilitadoras, cada vez mais evoluídas e ágeis.” (COELHO, 2016, p. 04).

[...] A tecnologia é o motor da globalização. As transformações no ambiente tecnológico exercem impacto profundo sobre as empresas. Algumas tecnologias estingem-se a alguns setores, enquanto outras têm um alcance mais abrangente, chegando a revolucionar o ambiente de negócios. (FERNANDES; BERTON, 2010, p. 43).

Na indústria 4.0, os sistemas ciber-físicos se comunicam entre si, fazendo uma conexão virtual, o que permitirá a coleta, o armazenamento e a transmissão de dados entre si e as pessoas. Esses sistemas enviarão as informações para os dispositivos, permitindo que as máquinas façam escolhas para melhorar o processo, ou até mesmo diminuir os custos.

A indústria 4.0 deve possuir quatro princípios: tomada de decisão descentralizada, tendência a serviços, gêmeos digitais e modularidade. A tomada de decisão descentralizada é a capacidade dos sistemas fazerem escolhas de maneira autônoma, de acordo com cada produção, ou seja, uma máquina não recebe apenas um comando, elas têm a capacidade de prover dados das operações (PAMPLONA, 2018).

A tendência a serviços são as máquinas e pessoas que se conectam e se comunicam entre si utilizando o *Internet of Service*. Nos gêmeos digitais, os sistemas criam uma cópia virtual da realidade, utilizando dos dados, permitindo uma rastreabilidade e monitoramento remoto dos processos. Na modularidade a produção

passa a ter diferentes módulos, que serão executados variam de acordo com a exigência, conexão e desconexão (PAMPLONA, 2018).

A Quarta Revolução Industrial apresenta um padrão tecnológico no qual as inovações digitais conectadas diretamente e simultaneamente às redes de comunicação global, se tornarão parte das estruturas produtivas. A utilização destes recursos irá permitir uma completa interação e comunicação virtual entre indivíduos e máquinas. Espera-se, com a chegada da Indústria 4.0, a digitalização dos processos industriais, que trará maior eficiência e rapidez na produção e aumento de ganhos na produtividade industrial e distribuição de produtos, uma vez que possui os requisitos para tal avanço, como coloca Coelho (2016, p. 45):

Avança para uma estrutura de abastecimento complexo entre os fornecedores, os produtores e os consumidores finais, que estão conectados por meio de um sistema mais dinâmico e proativo. COELHO, 2016, p. 45).

Esta nova fase da indústria tem o potencial de modificar toda a produção industrial, com fábricas totalmente ambientadas nas linhas de produção, e também mais adaptáveis com relação à gestão e custos, pois a expectativa é que a comunicação seja feita quase que exclusivamente via internet, através do processo chamado de (CPS), ou Sistemas Cyber-Físicos (SCF). Uma vez que a comunicação entre máquinas e humanos terá muito mais desenvoltura, a indústria criará produtos muito mais eficientes já que o modo de produção sofrerá grandes transformações. Este novo processo de produção industrial tende a se tornar mais inteligente, pois irá concatenar diversas tecnologias, que visam justamente o aumento da produtividade (MAGONE, 2016).

O incremento da *Internet of Things* (IoT), ou Internet das Coisas, na produção industrial, somadas aos modelos de análise de banco de dados e computação nas nuvens também serão grandes responsáveis para “*emergir um modelo de inteligência e automação de máquinas e sistemas*” (OCDE, 2017).

Outro fator que vem associado a Indústria 4.0 é o *big data*, que trata sobre grande conjunto de dados processados e armazenados na nuvem. Esta, combinada a IoT, torna possível a interação de diversas atividades em um banco de dados, que, conseqüentemente, colaboram para a redução de custos, para o aumento da eficiência da produção e trariam resultados mais dinâmicos para o consumidor.

Para Danoesastro (2017, p. 24):

Tecnologias modificariam o modo de como as companhias organizam sua produção e conseqüentemente transformariam a sua estrutura de organização e planejamento (DANOESASTRO et. al, 2017, p. 24).

Vale lembrar que muitas das tecnologias são emergentes de períodos industriais anteriores, mas o constante processo de desenvolvimento e crescimento econômico que permitiram as inovações desde a Indústria 1.0 até atualmente, atrelado as novas tecnologias que estão em ascensão, irão permitir a modificação do status quo industrial para uma nova etapa. Com base nessa nova conjuntura de tecnologias, a possibilidade de mudanças neste padrão de produção pode resultar em um aumento de produtividade e ganhos associados a uma dinâmica de produção com inovações e elevação da competitividade.

A Computação em Nuvem e Internet das Coisas (IoT) exerce uma função de extrema importância no processo de aceleração do processo industrial, pois promove o processo de aprendizagem das máquinas e para a comunicação com os indivíduos, isso, através da internet. Promove a articulação entre tecnologias dentro de um padrão de produção em que a presença do modelo CPS predomina. Máquinas e humanos estão interligados num constante processo de aprendizagem que visa o aumento da produtividade da manufatura (DE OLIVEIRA, 2017).

O uso de técnicas capazes de conduzir processos mais ágeis para condições de competição no mercado são provenientes dos modelos de competitividade e inovação observados ao longo de todas as revoluções industriais. A Indústria 4.0, por sua vez, dispõe de conexões mais rápidas e efetivas que propiciam um aumento da competitividade empresarial. As grandes redes virtuais, através desta tecnologia, terão a possibilidade de estarem conectadas a outras funções e de assimilarem para si, os processos que envolvem o *big data* e da tecnologia *Machine to Machine* (M2M).

Esta última consiste num método de comunicação entre máquinas de maneira extremamente eficiente e ausência de prática humana, que se mantem conectadas através de redes sem fio. É exatamente esta interação, que mantêm conectados e possibilitam a comunicação dos mais diversos mecanismos, desde equipamentos móveis, como os smartphones, até computadores, carros, entre outros (FADLULLAH et. al, 2011).

A IoT apresenta grande impacto na cadeia produtiva e está associada a diversas vantagens econômicas e sociais para as corporações, onde proporcionam o aumento dos ganhos e receitas em diversos setores da economia.

Segundo Belluzzo & Galípolo (2016, p. 101):

Máquinas inteligentes, mais precisas que humanos em capturar e comunicar dados possibilitam às empresas a identificação antecipada de ineficiências e problemas, poupando tempo e dinheiro, com grande controle de qualidade, redução de perdas, rastreabilidade e supervisão da eficiência da cadeia de fornecedores (BELLUZZO e GALÍPOLO, 2016. P. 101).

A elevada quantidade de dispositivos conectados nas redes, contudo, acaba por se deparar com um fator importante que é a segurança digital das informações coletadas. Ataques cibernéticos podem roubar e utilizar dados fundamentais das empresas, consumidores e clientes. A conexão de muitos aparelhos simultânea também pode comprometer não somente a velocidade da conexão em si, mas também pode ocasionar o congestionamento no tráfego de informações e de dados. Desde modo, é importante ressaltar que conforme os modelos industriais de inovação tendem a se tornarem mais complexos e sofisticados, surge com eles novos desafios para serem superados.

O *big data* um papel de suma importância no que diz respeito a digitalização das informações. A troca de informação por diversos dispositivos conectados a rede acaba por coletar e armazenar dados que dispõe de um alto potencial de processamento. A necessidade de alto processamento de dados é indispensável, pois será por meio do *big data* que os dados são acessados, analisados e implantados pelas fábricas digitais, e esta condição é fundamental “no lançamento de novos produtos, bem como na ajuda para desenvolver novas etapas produtivas mais eficientes” (MONIZ et. al, 2018, p. 17).

O *big data* junto da IoT, contribui para o desenvolvimento de sistemas produtivos mais eficazes e para a otimização de conexões dos mais diversos dispositivos na rede. Então, o *big data* autêntica uma grande capacidade de processamento de dados, em volume, em qualidade e em velocidade na transformação das informações, possibilitando o aumento de aprendizagem de máquinas, de processos e na própria etapa de inovação das firmas (COELHO, 2016).

Para Román (2016) o armazenamento em nuvem é outra tecnologia, que somada ao *big data* e ao IoT, proporciona uma elevação enorme no nível de processamento de dados. Os sistemas inteligentes favorecem o incremento de estruturas produtivas mais automatizadas e a robotização de cadeias.

Não há dúvidas que a Indústria 4.0 tem seu desenvolvimento pautado nos mecanismos provenientes de Sistemas de Informação (SI), juntamente com a

presença da manufatura avançada, que são utilizados para auxiliar os processos de automatização das máquinas e equipamentos. Principalmente através dos softwares, essas máquinas e equipamentos conseguem interagir entre si, a fim de se empregarem em colocações e atividades mais difíceis e tomarem decisões mais complexas. Em outras palavras, isso permite que a tecnologia conceda interatividade de sistemas cibernéticos conectados via IoT e com a presença do *big data* para potencializar e melhorar a produtividade de estruturas robotizadas dentro de um modelo produtivo inteligente (ROMÁN, 2016).

Para que estas tecnologias se apliquem de modo dinâmico na produção industrial é importante um grande fluxo de investimentos em Tecnologias de Informação. Como discutido nas seções anteriores, é exatamente a integração de vários agentes tecnológicos tidos como inovadores, que possibilitam o processo de transformação em uma economia industrializada. Para que haja um fomento adequado, a presença do Estado, de empresas privadas e centros de pesquisa se fazem de fundamental importância em investimentos expressivos nestas tecnologias, que já eram recorrentes na Indústria 3.0, mas é exatamente a junção de todas elas para um único propósito que fará com que a implantação e solidificação da Indústria 4.0 sejam possíveis e viáveis.

Ao passo que o avanço das atuais tecnologias voltadas para produção industrial tem-se intensificado com os sofisticados sistemas computacionais de alta capacidade e qualidade no processamento de dados, a estrutura de produção tende a promover a independência da atuação humana e abre espaço para a de robotização e automatização dos processos industrial, através da Inteligência Artificial (DE FREITAS et. al, 2016).

A automatização da indústria, como já observado em períodos anteriores, se dá por meio de sistemas inteligentes que exercem exclusivamente funções que visam o aumento a capacidade produtiva. Como consequência do progressivo desenvolvimento de dispositivos e sensores de conexões de alta interatividade, este padrão tende a ser substituídos por processos de robotização (DE FREITAS et. al, 2016).

A robotização proporcionaria a aplicação de AI para a execução automática de funções básicas e pré-estabelecidas através de softwares e programação. Isso

também pode melhorar a capacidade de organização e comunicação, aperfeiçoando e acelerando os processos virtuais.

Para Gerbert *et. al* (2017):

Este método poderia auxiliar o aumento da capacidade de processamento e favoreceria a comunicação entre dispositivos conectados a serviços e operações online diferentes (GERBERT, JUSTUS e HECKER, 2017, p. 46).

Outra tecnologia importante para a nova fase industrial é a Impressora 3D. Ela promove a simulação virtual, onde a partir dos modelos cibernéticos, contribui ainda mais para que os modelos de AI tornem os procedimentos mais dinâmicos e flexível. Espera-se que os modelos de simulações virtuais em 3D sejam utilizados para produção de novos produtos e até mesmo de máquinas e equipamentos. Inclusive, por meio de uma combinação entre ambientes virtual e físico, a tendência é não só o aumento do contato entre processos produtivos, mas que sejam rapidamente incorporadas ao cotidiano das sociedades atuais.

Um dos conceitos da quarta revolução, é a criação do modelo virtual das máquinas e sistemas produtivos, que facilita o controle e operação remotamente. Essa prática acontece com a instalação de sensores que enviam aos *softwares de comando*, o que facilita a percepção de falhas e erros durante os processos e dos problemas nos desempenhos dos equipamentos.

Um dos objetivos da quarta revolução é tornar a produção mais eficiente, otimizando o processo, reduzir custos, com menos tempo de equipamento ocioso por manutenção e *setups* de linha de produção, e com isso, os resultados se tornam mais competitivos.

Branco (2002) define a manutenção como a junção de todas as ações técnicas e administrativas com o objetivo de manter ou recolocar um item de uma maneira no qual ele possa trabalhar de acordo com a função desejada.

Falconi (2003, p 113) afirma que a manutenção é:

[...] o conjunto de atividades e recursos aplicados aos sistemas ou componentes das aeronaves, a fim de mantê-los nas mesmas condições de desempenho de fábrica e de projeto, visando garantir a consecução de sua função dentro de parâmetros adequados de segurança de voo, disponibilidade, qualidade, prazos, custos e vida útil (FALCONI, 2003, p. 113).

Alguns autores classificam a manutenção como manutenção preventiva, corretivas ou preditivas (KBOTTS, 1999) Enquanto Pinto e Xavier (2001), essa manutenção pode ser classificada de acordo com os tipos de práticas básicas

utilizadas: manutenção corretiva não planejada, manutenção corretiva planejada, manutenção preditiva, manutenção preventiva, manutenção detectiva e engenharia da manutenção.

A manutenção preventiva é aquela que substitui os equipamentos antes que eles apresentem alguma falha (TU *et al*, 2001), isto é, a companhia estabelece em sua programação está troca, e assim, organiza para que não tenha prejuízos, como por exemplo, avião no solo parado por muito tempo.

A manutenção corretiva acontece apenas qual uma falha já existe (MOAYED E SHEEL, 2009), e partir disso, os técnicos precisam identificar tudo o que foi afetado para fazer o reparo. Existe também a manutenção corretiva não planejada, isso significa apenas que não aconteceu uma preparação antes da falha, geralmente essa falha significa que algum componente não funcionou como o esperado, mas não chegou a apresentar erros.

Na manutenção preditiva é acompanhado o limite de operação um componente ou sistema, e ao perceber a tendência de alguma possível falha funcional, ele precisa ser removido para a manutenção, e alguns dos mecanismos para essa manutenção é o *Product Data Management* (PDM) e o *Product History Management* (PHM).

Para Corrêa (2017, p. 56) a engenharia de manutenção:

Tem como escopo uma mudança de paradigma quanto aos tipos de manutenção elencados anteriormente, em face de poder solucionar problemas tecnológicos por meio da identificação das causas básicas de falhas em equipamentos para a melhoria de padrões e metodologias. A principal palavra é o aperfeiçoamento, mediante estudos, análises e proposições de melhorias, além de dados de sistemas colhidos e armazenados (CORRÊA, 2017, p. 56).

A manutenção detectiva é feita em sistemas de proteção buscando por erros e falhas que não são perceptíveis a equipe de operação/ manutenção ou estão ocultas (PINTO; XAVIER, 2001). Essa manutenção é importante para garantir a confiabilidade dos sistemas.

Um dos conceitos básicos da quarta fase da indústria é a criação de um modelo virtual das máquinas e de todo o sistema produtivo, facilitando assim, o controle e a operação dos mesmos remotamente (SENA, 2017).

No quesito econômico, a indústria 4.0 provocará grandes impactos no PIB, nos investimentos, no comércio e até mesmo na inflação (SCHWAB, 2016), e por isso, será necessário um investimento muito grande. Na Alemanha, onde tudo começou,

acredita-se que será necessário investis até 2020, 40 bilhões de euro (DAVIES, 2015). Enquanto nos Estados Unidos, esse investimento será de 1,35 trilhão de dólares nos próximos 15 anos (BURH, 2017).

No processo de manutenção, utilizando-se da indústria 4.0, ela auxilia na manutenção corretiva, ou seja, quando a falha já ocorreu, na manutenção preventiva, ou seja, quando a empresa se organiza para fazer uma manutenção e na preditiva, que aponta possíveis falhas antes mesmo delas acontecerem (SENA, 2017).

Para qualquer indústria, um equipamento parado por qualquer motivo é um prejuízo, já que isso diminui o ritmo de produção, ou até mesmo para com uma produção total. A Indústria 4.0 está impactando a manutenção através de soluções que acabam facilitando o gerenciamento nos sistemas de produção, em uma maior capacidade de operação e no planejamento, já que uma das características dessa indústria é a possibilidade de antecipar a detecção de problemas.

Outro benefício é o aumento da produtividade, através da otimização e a automação. Além disso, é possível reduzir as paradas de produção, melhoria no uso do ativo, redução no custo do ciclo do ativo e melhoria da produção. Ou seja, um sistema todo automatizado é capaz de mostrar e ou prever possíveis falhas, facilitando assim, que a empresa organize melhor a manutenção, antes que ela cause problemas na linha de produção. A empresa poderá se preparar melhor para corrigir.

Outro benefício trazido por ela é a manutenção feita remotamente, ou seja, você não precisa esperar que alguém se desloque até o problema, através de computadores e sistemas, um técnico pode remotamente entrar e corrigir qualquer problema. Esse monitoramento é feito através de sensores que indicam o desempenho de cada um dos subsistemas da máquina, que são disponibilizados online para um operador (SENA, 2017).

A indústria 4.0 facilita a construção de um banco de dados, dados esses que são retirados dos processos produtivos, além de permitir o tratamento instantâneo dessas informações, que são primordiais para fazer escolhas assertivas, e principalmente, em tempo real. Junto com a indústria 4.0 veio junto toda a questão de dados na nuvem, o que permite que uma empresa possua uma cópia virtual, facilitando a rastreabilidade e monitoramento.

Como dito anteriormente, a descentralização é a capacidade dos sistemas fazerem escolhas de maneira autônoma, de acordo com cada produção, ou seja, uma

máquina não recebe apenas um comando, elas têm a capacidade de prover dados das operações, o que reduz o tempo de uma máquina parada para manutenção.

O *big data* auxilia na manutenção focada na confiabilidade das máquinas. O *big data* é termo utilizado quando existe um volume grande de informações, que com os processadores mais potentes, facilitam no processamento e na determinação de parâmetros otimizados de manutenção, que quando utilizados com a tecnologia de uma inteligência artificial, poderá prever a vida útil de uma máquina, além da probabilidade de falhas (SENA, 2017).

Antes, todas essas funções de manutenção, era realizada periodicamente, ou então, apenas quando uma máquina apresentava uma falha. O uso dos conceitos e da tecnologia da indústria 4.0 auxiliará que uma máquina fique parada por menos tempo, diminuindo os prejuízos e custos (SENA, 2017).

Prado (2016) alega que o Brasil não está pronto para a quarta revolução, além de diversos analistas ressaltarem as mudanças no cenário mundial, que como dito anteriormente, gerará desemprego. No Brasil, a queda dos empregos será entre 30 a 40%.

Devido à corrupção no país, a instabilidade e a desconfiança nos investimentos por empresas e até mesmos países próximos, devido a insegurança, abriu-se a questão de até que ponto é necessário o investimento no uso das tecnologias adequadas e a melhora na segurança e invisibilidade trazida pelos meios tecnológicos (BECKMAN, 2017).

O maior desafio do Brasil é o de acompanhar toda essa movimentação criada pela quarta revolução. Buscando diminuir os pontos negativos, além de buscar oferecer os benefícios que ela proporciona a longo prazo (FREITAS, 2017).

O Brasil também fazer investimentos em pesquisas e desenvolvimento tecnológico, além de atuar politicamente no incentivo na formação e capacitação dos trabalhadores, para que eles possam conhecer todas essas novas mudanças, deixando de serem apenas consumidores (WENTZEL, 2016).

Fazer parte da nova era industrial é um fator de extrema importância para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Os benefícios são claros. Pesquisa recente da Price Waterhouse Coopers com 235 empresas globais mostrou que o investimento em tecnologias digitais resultou em um aumento de eficiência médio de 20%. Um estudo realizado pela consultoria Booz&Company para o World Economic Forum's

Global de 2013 mostra que um aumento de 10% nos investimentos dos países em digitalização resulta em aumento de 0,75% de PIB e diminuição de 1% na taxa de desemprego (DREHER, 2016).

O Relatório de Competitividade Digital, realizado em conjunto com o Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral, classifica o Brasil 57ª posição entre os 63 países analisados no relatório, o que reforça que o Brasil precisa aumentar o seu padrão educacional, ao mesmo tempo que se torna um país uma nação digital competitiva, ativa na 4ª Revolução Industrial, que avance em realidades tecnológicas (ARRUDA, 2018).

Silveira e Morisso (2018) colocam que um algoritmo é um conjunto de regras usadas por redes sociais (ou mecanismos de pesquisa como o Google) para determinar quais resultados são visíveis para seus usuários. Eles trabalham mais ou menos como editores de jornais, tentando planejar o melhor material e disponibilizá-lo.

Tendo em vista as contribuições de Lira *et al.*, (2017) coloca-se como fundamental pontuar que as redes sociais são um dos fenômenos sociais mais significativos da modernidade. Tal realidade se deve ao fato de que é justamente por meio delas que alterações sociais, estruturais e até mesmo culturais ocorrer e são propagadas, justificando a importância de se estudar e de se discutir o conteúdo e os impactos deles para seus usuários.

Segundo Costa (2018) o uso das redes sociais é algo tão frequente e intenso, na vida de uma parcela extremamente significativa da população que viabiliza o acesso e a utilização de uma quantidade gigante de dados que podem ser utilizados para diversos fins, sendo eles positivos, negativos, legais e ilegais.

Wottrich (2019) coloca que as interações problemáticas que as pessoas nutrem com a publicidade é muito anterior as redes sociais e até mesmo a internet. Isso porque algumas das características do marketing tradicional e que tendem a incomodar as pessoas se mantiveram mesmo quando o formato do marketing mudou, como a insistência, a alta frequência, frases de efeitos, frases formuladas apenas para atrair atenção e outros.

Ainda segundo Wottrich (2019) é preciso que haja a compreensão que as redes sociais, assim como todas as iniciativas de publicidade, seguem em constante transformação. Porém, a base do marketing é constante: é preciso atrair atenção de

visitantes que possam se tornar compradores. Mas, fazer isso em ambiente digital passa a ser muito mais fácil, uma vez que dados podem ser utilizados para traçar um perfil de consumo.

Silveira e Morisso (2018) colocam que um algoritmo é um conjunto de regras usadas por redes sociais (ou mecanismos de pesquisa como o Google) para determinar quais resultados são visíveis para seus usuários. Eles trabalham mais ou menos como editores de jornais, tentando planejar o melhor material e disponibilizá-lo.

Wottrich (2019) discorre sobre a elevação do conceito de “desinteresse” relacionado às iniciativas de publicidade frente à ascensão e a consolidação da internet e das redes sociais. Tal realidade se deve pelo fato de que, pela ótica do consumidor, uma iniciativa de marketing deve trazer comodidade e informação que seria de difícil acesso sem publicidades sobre promoções, condições especiais e novos produtos. Sendo assim, quando a iniciativa de publicidade deixa de entender a esses dois desejos, passa a se tornar “indesejada” pelos consumidores. Logo, a facilidade de informações e a possibilidade de buscar, de forma rápida e fácil, por essas promoções, disponibilidade de produtos e condições especiais, auxiliam no processo de tornar essa publicidade obsoleta.

CAPÍTULO II: METODOLOGIA E PESQUISA APLICADA

O capítulo que aqui se apresenta aborda a metodologia da pesquisa, que inclui a revisão bibliográfica sistematizada, os procedimentos metodológicos, a pesquisa aplicada e a análise dos resultados. A revisão bibliográfica foi realizada de forma sistemática, buscando-se as melhores fontes de informação sobre o tema em questão. Os procedimentos metodológicos adotados foram descritos, incluindo a coleta de dados e a análise dos dados.

2. Metodologia da Pesquisa

Ao fazer a pesquisa, há muitas etapas que precisam ser consideradas. Uma das etapas é a amostragem, que trata de quem é o alvo da pesquisa, quantos assuntos serão pesquisados e como esses assuntos serão selecionados (BONI; QUARESMA, 2005). A amostra deste estudo é considerada não probabilística, pois o pesquisador escolheu pessoas de fácil acesso, e não por serem representativas da população-alvo. A amostra foi caracterizada como típica ou representativa da população-alvo, pois os participantes foram escolhidos pelo pesquisador como representativos da população que desejavam estudar.

A metodologia de análise em dois níveis de Pondé *et al.*, (2009), onde fica definido que os estudos qualitativos costumam utilizar entrevistas semiestruturadas, que separam as informações em dois níveis de análise. O primeiro nível são as respostas diretas às perguntas feitas pelo entrevistador/pesquisador, e o segundo é quando o entrevistado foge do assunto. A ideia por trás de separar esses diferentes tipos de informações é baseada na percepção de que, durante a leitura de uma entrevista, existem diferentes categorias de detalhes que podem ser identificadas.

A primeira categoria está diretamente relacionada ao tema da entrevista, e a segunda vai além do que foi discutido. Para dissecar e examinar adequadamente as sutis diferenças entre essas categorias é necessário destacar que a entrevista é um processo dialógico, e que o entrevistador/pesquisador introduz o tema da entrevista. Na pesquisa qualitativa, as entrevistas são semiestruturadas, o que significa que o entrevistador tem uma influência mais direta na conversa. O entrevistador pode escolher quais perguntas fazer, desenvolver a conversa com perguntas adicionais e

direcionar o entrevistado fazendo novas perguntas. Embora o entrevistado não seja um fantoche no processo, ele pode influenciar a entrevista compartilhando seus pensamentos e opiniões (PONDÉ *et al.*, 2009).

O nível de distância entre os dois participantes é determinado pelo quanto cada um permite que o outro assuma o controle da entrevista. A entrevista é um instrumento científico, e as questões formuladas são semiestruturadas. É útil separar a parte da entrevista relacionada às perguntas feitas da parte em que o entrevistado/pesquisado pulou as perguntas feitas, concentrando-se em seus próprios tópicos. Ao analisar entrevistas, é útil analisá-las em dois níveis (PONDÉ *et al.*, 2009).

O primeiro nível de análise considera as informações colhidas em pesquisas anteriores, utilizando-as como estrutura para o roteiro da entrevista. As ideias presentes neste nível de análise são os pressupostos do pesquisador e sua própria questão de pesquisa. Essa análise é chamada de análise baseada em perguntas, porque o guia de entrevista é baseado em respostas às perguntas feitas, em vez de fornecer respostas longas. Ao final de parte da entrevista, o participante altera o tema da conversa. A análise baseada em narrativas começa identificando temas centrais em cada narrativa, e não a partir de uma hipótese ou categoria anterior. O segundo nível de análise não parte de um tema proposto pelas questões da entrevista; em vez disso, começa com uma ideia aberta, buscando categorias que possam ser relevantes para o tema examinado (PONDÉ *et al.*, 2009).

A pesquisa qualitativa está focada na análise de amostras menores de pessoas ou organizações, usando perguntas abertas e narrativas escritas ou faladas. A pesquisa pode ser focada no desenvolvimento de uma compreensão detalhada e descritiva de uma entidade específica (MUYLAERT *et al.*, 2014).

A pesquisa quantitativa, por outro lado, usa amostras maiores e dados numéricos para criar conclusões generalizáveis sobre uma população maior. A pesquisa qualitativa está focada em aspectos não quantificáveis da realidade e na dinâmica das interações sociais (DA SILVA *et al.*, 2014).

Coloca-se ainda que a pesquisa qualitativa trabalha com os aspectos de significado, motivação, aspiração, crença, valor e atitude que são maiores do que as variáveis mensuráveis que podem ser operacionalizadas. A pesquisa qualitativa envolve a interação com as pessoas de maneira honesta e neutra, a fim de coletar as opiniões e o significado das coisas, conforme declarado pelos participantes da

pesquisa. A pesquisa qualitativa é utilizada quando há necessidade de explorar um tema mais profundamente, pois as informações existentes não são suficientes. A pesquisa mostra as opiniões, hábitos e atitudes de pequenos grupos de pessoas que foram escolhidos de acordo com critérios específicos (ARNOLDI *et al.*, 2017).

Quando um pesquisador está principalmente interessado em estudar um único caso, a metodologia de estudo de caso é uma estratégia interessante. Essa escolha não é porque o caso representa outros casos; antes, deve-se ao interesse e às particularidades do próprio caso. Um pesquisador estudou uma unidade de pesquisa (SILVA *et al.*, 2006).

Sampieri *et al.*, (2013) explica que devido a sua condição singular, ou seja, cada indivíduo utilizado como objeto de estudo apresenta uma resposta diferente, se torna necessário que esses dados sejam analisados de forma individual, sendo que cada um deles apresenta uma perspectiva diferente para uma realidade igual ou similar. Finalizando assim, com o processo de análise e apresentação dos resultados obtidos com cada uma das contribuições humanas para a pesquisa qualitativa da produção acadêmica, tendo a sua importância altamente associada à parte prática das teorias apresentadas nas pesquisas que se formulam.

2.1. Revisão bibliográfica sistematizada

A revisão sistemática da literatura é um método científico para recuperar e analisar artigos em um campo científico específico. É amplamente utilizado em pesquisas nas áreas de medicina, psicologia e ciências sociais, onde existem inúmeras fontes de dados e informações. A pesquisa na área de gestão de operações também exige a análise de um número cada vez maior de artigos e informações. No entanto, técnicas de revisão sistemática não são difundidas neste campo, especialmente no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos (DYBÅ; DINGSOYR, 2008).

Uma revisão de literatura pode ser narrativa ou sistemática. O primeiro tipo é baseado em uma descrição simplificada de pesquisas e informações sobre um tema específico. A segunda categoria, embora também narrativa, baseia-se na aplicação de métodos mais rigorosos cientificamente e é capaz de alcançar melhores resultados e reduzir erros e vieses dos pesquisadores responsáveis pela investigação. Esse

processo permite que os pesquisadores compilem dados, refinem hipóteses, estimem o tamanho da amostra, definam melhor o método de pesquisa empregado no problema e, por fim, determinem a direção de pesquisas futuras (MULROW, 1994).

Destaca que revisões sistemáticas, incluindo meta-análises, são atividades pouco valorizadas na comunidade científica. No entanto, setores como saúde, estudos populacionais e legisladores de políticas públicas precisam usar a revisão sistemática para integrar e analisar efetivamente grandes quantidades de informações para tomar decisões mais eficazes.

O uso de procedimentos sistemáticos melhora a confiabilidade e precisão das conclusões e resultados da pesquisa. Ele concluiu observando que, embora as revisões sistemáticas sejam demoradas e intensivas em recursos, elas ainda são mais rápidas e menos caras do que iniciar novos estudos completos em áreas onde os resultados foram publicados, mas não explorados adequadamente (MULROW, 1994).

Padrões semelhantes de volume e diversidade de informações podem ser encontrados no campo do gerenciamento de operações, particularmente no desenvolvimento de produtos e no gerenciamento de projetos. Pode-se perceber que a teoria do desenvolvimento de produtos é ampla. Devido ao número e variedade de fontes de informação existentes no meio científico, é necessário um único esforço para melhor compreender o estado da arte e, assim, identificar lacunas reais nas teorias que precisam ser estudadas. Evidências semelhantes podem ser encontradas no campo do gerenciamento de projetos. Nesse caso, as características desses dois campos podem ser comparadas com pesquisas em áreas como a medicina (SHENHAR; DVIR, 2007).

A elaboração da revisão sistemática da literatura inicia com a definição das palavras-chave, que decorrem do tema, em função da questão de pesquisa. Neste caso trata-se da veiculação de *fake news* como instrumento de propaganda ideológica para ampliação do capital político.

A partir do tema de pesquisa define-se as palavras-chave (*tags*) que são utilizadas na revisão sistemática, escolhidas em função dos assuntos e áreas de interesse: propaganda ideológica, *fake news*, Sociologia Política, Comunicação Social.

Tais palavras-chave foram aplicadas aos mecanismos de busca das bases de dados escolhidas no Portal de Periódicos da CAPES. Após a busca por palavras-

chave os resultados apresentados são selecionados, em função da sinergia de títulos e resumos para com o tema de pesquisa, tendo como objetivo reduzir os trabalhos evidenciados àqueles que versam sobre assuntos correlatos ao tema de pesquisa. Os artigos selecionados são identificados, lidos, fichados, compilados e sintetizados para viabilizar uma análise abrangente do referencial teórico.

Os argumentos utilizados para identificação das fontes utilizadas para composição do referencial teórico foram: propaganda ideológica, *fake news*, Sociologia Política e Comunicação Social. Os termos foram adaptados às exigências semânticas de cada base de dados a fim de produzir um refinamento das buscas que permita reduzir os dados analisados a uma quantidade de trabalho exequível em um tempo limitado. Os critérios utilizados para seleção dos arquivos nas bases de dados foram: pertinência; relevância e profundidade da abordagem.

No mecanismo de busca da base Scielo, em consulta avançada ao campo título (ti) em todos os períodos de tempos, linguagens e áreas de pesquisa foi gerada a seguinte *string* (chave de busca):

(ti:(propaganda ideológica)) OR (*fake news*) and (Sociologia Política)
OR (Comunicação Social)

A primeira consulta retornou 18 resultados, que podem ser resgatados na base Scielo por meio do seguinte *script*:

```
+id:("S1692-72732019000400048-col" OR "S1982-25532019000300005-scl" OR "S1413-99362019000200196-scl" OR "S0103-20702019000200001-scl" OR "S0120-53232019000100053-col" OR "S0719-367X2019000100225-chl" OR "S1982-25532019000200031-scl" OR "S2011-03242019000100143-col" OR "S0001-37652019000200902-scl" OR "S1684-09332019000100013-per" OR "S2071-50722019000100005-per" OR "S0041-47512018000400007-sza" OR "S1688-74682018000100006-ury" OR "S2183-54622018000100011-prt" OR "S2183-54622018000100012-prt" OR "S1646-59542018000100003-prt" OR "S0188-25032018000500121-mex" OR "S0018-229X2017000100005-sza")
```

Os resumos dos artigos foram lidos e selecionados a partir dos critérios anteriormente definidos, restando para composição da base de dados os trabalhos de

Caldas e Caldas (2019), sobre as relações entre Estado, democracia e tecnologia; Recuero e Gruzd (2019), acerca a cascata de *fake news* no *Twitter* e Pangrazio (2018), que trata de crítica digital em tempos de *fake news*.

No mecanismo de busca do Portal de Periódico da CAPES (BRASIL, 2019) foram utilizados os termos “*fake news*” “*and*” “propaganda ideológica”, aplicados ao campo “busca por assunto”, com os filtros “qualquer” e “contém”, retornando 9 resultados, cujos resumos foram lidos e os trabalhos selecionados, a partir dos critérios anteriormente definidos, restando para composição das fontes de pesquisa os trabalhos de Pérez (2019), sobre desinformação; de Rodríguez-fernández (2019), acerca do impacto das *fake news* na comunicação social; o artigo de Magallón-rosa (2018), sobre o efeito das *fake news* na campanha estadunidense de Donald Trump; o trabalho de González, Cabrero e García (2017) acerca dos fundamentos da pós-verdade. As fontes primárias do levantamento estão identificadas no Tabela 1:

Tabela 1: Consulta a base de dados

Autor (data)	Objetivo	Base
Caldas e Caldas (2019)	Expor as relações entre Estado, democracia e tecnologia;	Scielo
Pangrazio (2018)	Crítica digital em tempos de <i>fake news</i> .	
Recuero e Gruzd (2019)	Descrever cascata de <i>fake news</i> no <i>twitter</i> .	
Pérez (2019)	Compreender o fenômeno da desinformação.	Portal de Periódicos (CAPES)
González, Cabrero e García (2017)	Investigar os fundamentos da pós-verdade.	
Magallón-rosa (2018)	Descrever os efeitos das <i>fake news</i> na campanha estadunidense de Donald Trump.	
Rodríguez-fernández (2019)	Investigar o impacto das <i>fake news</i> na comunicação social.	

Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

A leitura dos artigos foi acompanhada de fichamento para registro dos dados relevantes com recurso a grifos e resumos dos trechos de interesse, conforme Marconi

e Lakatos (2003, p. 48). Os principais conceitos evidenciados, bem como suas fontes estão registrados na Tabela 2:

Tabela 2: Fichamento de artigos

Conceito	Significado	Fonte
<i>big-data</i>	Bancos de dados com enorme capacidade de armazenamento; ou um fenômeno social que se caracteriza por mudanças na maneira com que as organizações lidam com a abundância de dados disponíveis.	Caldas e Caldas (2019)
<i>fake news</i>	Desinformação. Notícias comprovadamente falsas propagadas com a finalidade de enganar o receptor (envolve tanto o conteúdo quanto o meio de difusão).	Caldas e Caldas (2019); Pangrazio (2018); Recuero e Gruzd (2019)
<i>Shitstorms</i>	Controvérsia violenta, ou tempestade de indignação (julgamentos negativos).	Caldas e Caldas (2019)
<i>Candystorm</i>	Uma onda de simpatia (julgamentos positivos) nas redes sociais.	Caldas e Caldas (2019)
<i>Viralizar</i>	Se proliferar rapidamente nas redes sociais	Caldas e Caldas (2019); Pangrazio (2018); Rodríguez-fernández (2019)
<i>Robôs</i>	Mecanismos automatizados de identificação e disseminação de conteúdo digital.	Caldas e Caldas (2019); Recuero e Gruzd (2019)
<i>perfil falso (troll)</i>	Cadastro de usuário em aplicativo de internet com objetivo de falsear a identidade e ou veicular mensagens agressivas.	Caldas e Caldas (2019); González, Cabrero e García (2017)
<i>impulsionamento pago</i>	Permissão de contratação de publicidade eleitoral por partidos políticos	Caldas e Caldas (2019)
<i>monetização</i>	Quantificação financeira da veiculação publicitária	Caldas e Caldas (2019); Pangrazio (2018)
<i>clickbait</i>	Isas de <i>click</i> , técnicas de comunicação eletrônica desenvolvidas para direcionar a atenção dos usuários com informações falsas.	Pangrazio (2018)

Web participativa	Conjunto de redes sociais compartilhadas por mídias conectivas	Pangrazio (2018)
plataforma	Aplicativo que fornece a estrutura técnica, econômica e social para a difusão dos conteúdos	Pangrazio (2018)
pós-verdade	Falsa verdade que recorre ao apelo emocional na argumentação, sem levar em consideração os fatos concretos que a sustentam, por meio da repetição de slogans que ignoram as refutações lógicas.	González, Cabrero e García (2017)
infoxicação	Infecção da informação pela desinformação.	González, Cabrero e García (2017)
Alfabetização (literacia) digital crítica	Incentivo à análise do conteúdo ideológico de um texto	Pangrazio (2018)
cascata	Informação repassada como verdadeira sem que os autores saibam se realmente o é.	Recuero e Gruzd (2019)
homofilia	Característica das redes sociais que favorece a associação entre pessoas que possuem os mesmos valores.	Recuero e Gruzd (2019)
Clusters (grupos) ideológicos	Complexos de redes interligadas propensas a acreditar em um tipo de informação	Recuero e Gruzd (2019)

Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Caldas e Caldas (2019) buscam revisar e apresentar as principais consequências da disseminação de *fake news* na publicidade eleitoral. Para os autores o modelo democrático utilizado no Brasil, embora apresente uma busca por repressão no uso malicioso do *big-data* com o objetivo de prejudicar o exercício da democracia, através da proibição de perfis falsos, é também permissivo com o abuso do poder econômico propiciado pelo modelo de publicidade eletrônica disponibilizado pelos grandes mecanismos de disseminação de dados.

Os autores defendem o desenvolvimento pelos poderes públicos de medidas efetivas para evitar os efeitos deletérios para a democracia, oriundos de fenômenos emergentes, próprios das redes sociais, tais como *fake news*, *shitstorms* e *candystorm*, os quais permitem que o debate democrático seja sufocado, ou direcionado, por meio da aplicação de técnicas de manipulação de dados em larga escala, favorecendo o abuso de poder econômico em campanhas eleitorais por meio de impulsionamento pago de informações falsas. (CALDAS; CALDAS, 2019).

Pangrazio (2018); Magallón-rosa (2018); González, Cabrero e García (2017) investigam o escândalo do Facebook de 2016, no qual a credibilidade e a confiabilidade dos meios de comunicação induzidos pela Web participativa que deveriam ser avaliadas de maneira crítica. O exemplo notável é a cidade de Vales, na República da Macedônia, que hospeda mais de 100 sites dedicados à difusão de conteúdo polêmico sobre a política (propaganda ideológica) estadunidense, com a finalidade de impulsionamento pago das campanhas publicitárias vinculadas ao atual presidente dos Estados Unidos Donald Trump e a extrema direita. O objetivo dos adolescentes macedônios, que trabalham principalmente no fortalecimento da direita na América, é viralizar profissionalmente *fake news*, *clickbait*, ou pesquisas eleitorais fraudadas, chegando a receber até 20 vezes o salário médio da região para executar tais tarefas, fenômeno que evidencia o grande potencial de monetização e o baixo nível de controle da publicidade eleitoral nas democracias modernas.

Os adolescentes pesquisados por Pangrazio (2018); Magallón-rosa (2018) procura construir sites que parecem legítimos (plágio de entidades respeitadas), mas com conteúdo ideologicamente direcionado para induzir fenômenos eleitorais desejados por meio de veiculação de propaganda ideológica para o partido que pagar mais. Quando os conteúdos falsos são compartilhados entre 'amigos' na Web participativa, gerando os *shitstorms* ou *candystorm* com potencial de direcionar as discussões na internet, promovendo ideias, restringindo o debate político e produzindo falsos consensos que interferem na opinião pública.

A técnica é razoavelmente simples de entender e disseminar. Basta manter uma quantidade significativa de perfis falsos (trolls), bem relacionados, e um site que pareça crível para veicular grandes quantidades de informação ideologicamente direcionada sem qualquer suporte em fatos.

Pangrazio (2018); Magallón-rosa (2018) defende que o problema das *fake news* são um fenômeno que se evidenciou nas eleições estadunidenses de 2016, quando uma grande quantidade de informações gerada por sites falsos se difundiu com intensidade e penetração muito maior do que as notícias produzidas pelos principais veículos de comunicação. A disseminação dos conteúdos falsos foi tão agressiva que acabou influenciando fortemente os resultados eleitorais da eleição majoritária na maior democracia do ocidente.

As plataformas da internet se apresentam atualmente como os principais recursos de difusão da desinformação para fins político eleitorais, uma vez que permitem e potencializam a monetização da informação em escala de *big-data*, favorecendo o desenvolvimento de recursos tecnológicos especificamente voltados para a propaganda ideológica.

O recurso defendido por Pangrazio (2018) como solução para o problema da desinformação é o desenvolvimento da alfabetização (literacia) digital crítica, como instrumento para difusão da cultura de análise ideológica dos conteúdos propagados. Tal processo pode ser exercido por meio da reflexão sobre o papel do afeto nas técnicas de difusão de conteúdos, que representa a principal força subliminar que potencializa a propagação de *fake news* pelas plataformas digitais. A exposição de Pangrazio (2018) permite a conjectura da primeira hipótese de pesquisa: A promoção da literacia digital crítica restringe os efeitos das *fake news* sobre a propaganda ideológica.

Recuero e Gruzd (2019) analisam por meio de estudo do caso e ferramentas automatizadas de *big-data* os efeitos do problema das cascatas de desinformação política em relação a uma das mais importantes plataformas da atualidade, o Twitter. Os autores observam que a maneira como as informações e desinformações circulam nas plataformas favorece a polarização ideológica, promovendo o viés de confirmação dos preconceitos dos atores envolvidos por meio de aderência a *fake news*. A homofilia, ou seja, associação entre pessoas que gostam das mesmas coisas, característica das plataformas, faz com que os preconceitos socializados passem a ser reproduzidos por toda a Web participativa, em um efeito de potencialização e repetição da desinformação. Por outro lado a forma de funcionamento dos robôs amplifica a circulação das informações que são mais compartilhadas, ou seja, as falsas e polêmicas.

A análise de Recuero e Gruzd (2019) indica que as cascatas de desinformação se limitam aos conjuntos de redes que já são propícias a acreditar nas *fake news*, evidenciando o papel do preconceito na potencialização da circulação das mesmas dentro dos *clusters* ideológicos. Ainda que a circulação de desinformação pareça estar restrita a nichos partidários, tal repercussão provoca ecos na rede que viabiliza a falsa sensação de consenso, importante para a tomada de decisão em uma democracia.

Revisando o fenômeno da desinformação, Pérez (2019); Rodríguez-fernández (2019) observam que as *fake news* permitem desacreditar o trabalho dos jornalistas e ocultar as motivações econômicas e ideológicas que as produzem, o que abre uma oportunidade para o jornalismo de apuração dos fatos como defesa contra a potencialização da desinformação nas mídias. Na mesma orientação de pesquisa Rodríguez-fernández (2019) acrescentam que empresas, partidos políticos e instituições em geral têm suas reputações afetadas pelo problema, sendo que as instituições públicas são as mais prejudicadas.

As posições de Pérez (2019); Recuero e Gruzd (2019); Rodríguez-fernández (2019) levam à elaboração da segunda hipótese de trabalho para esta proposta de pesquisa:

O jornalismo profissional permite interromper as cascatas de desinformação utilizadas para propagação de conteúdo ideológico.

González, Cabrero e García (2017) abordam o conceito de pós-verdade, palavra do ano em 2016, segundo o dicionário Oxford, que tem origem na década de 1990 e uma conotação de falsa verdade, levantando ao debate de até que ponto a defesa da liberdade de expressão está acima da defesa da verdade. O uso da noção de pós-verdade na construção ideológica do discurso está associado ao apelo emocional na argumentação, sem levar em consideração os fatos concretos que a sustentam e pela repetição de slogans que ignoram as refutações lógicas, potencializando a intoxicação, ou seja, a infecção da verdade pela desinformação.

Conforme os autores, a utilização de pós-verdades nas redes sociais é perigosa, uma vez que integra a manipulação de fatos com a tendência de reforço dos grupos associados por homofilia, gerando comportamentos coletivos desvinculados da realidade e orientados pela emoção. A solução para o problema seria o esclarecimento do público acerca dos critérios necessários para a seleção das fontes de informação, que reduz a intoxicação da opinião pública pela desinformação, produzida por informações contraditórias ou superabundantes.

Para González, Cabrero e García (2017) uma das dificuldades de combater a pós-verdade é que a população, em sua inteligência coletiva, sente fome de informação, mas não tem vontade de verificar sua veracidade, fato que se agrava com a possibilidade de bloqueio crítico na entrega das informações que poderiam

desmentir as falsas verdades. Nas redes sociais as emoções e mensagens superficiais substituem a realidade e os fatos no processo de formação de opiniões.

2.2. Procedimentos Metodológicos

O questionário de pesquisa formulado para que pudesse ser a ferramenta de coleta de dados para o trabalho que aqui se apresenta pode ser considerado como semiestruturado e foi composto por 21 questões, dentre elas dissertativas e de alternativa.

O questionário foi disponibilizado por vias digitais, sobretudo devido as implicações negativas e as indicações de distanciamento e isolamento social, fazendo uso da plataforma *Google Forms*, onde os dados foram coletados, posteriormente organizados no *Excel* e analisados.

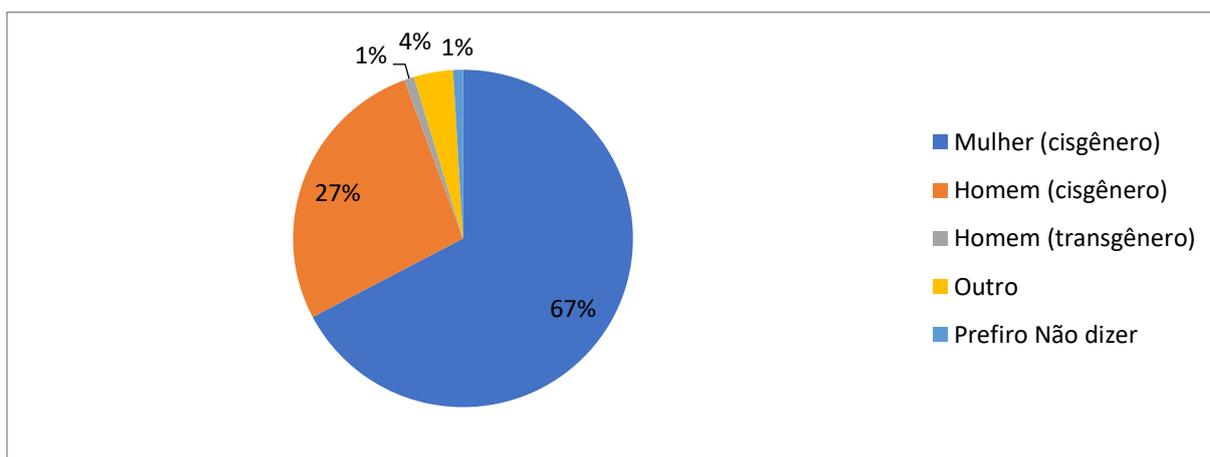
2.3. Pesquisa aplicada e apresentação dos dados

Como supracitado, a pesquisa aplicada ocorreu por meio da disponibilização de um questionário semiestruturado na plataforma *Google Forms*, sobretudo motivado pelas indicações de segurança e saúde que recomendavam o isolamento e o distanciamento social para reduzir o contágio pela COVID-19 durante o período em que o estudo foi aplicado. Ao todo, 107 integrantes participaram da pesquisa entre os dias 25 de fevereiro de 2022 e 22 de maio de 2022.

A seleção da amostra ocorreu pelo método conhecido como bola de neve. Vinuto (2014), embora seja um método não probabilístico, foi escolhido porque o período em que a pesquisa foi aplicada o Brasil ainda vivia os impactos da covid-19, pelo cenário político e social marcado por forte polaridade política e como apontado pela autora, o método é útil para tratar de temas sensíveis.

Em busca de identificar um perfil dos integrantes da pesquisa, as primeiras oito perguntas do questionário elaborado para a pesquisa se concentraram nesse objetivo. A primeira questão solicitava que os respondentes se identificassem por meio de seu gênero. 67% alegaram ser do sexo feminino, enquanto 27% do sexo masculino, 4% assinalaram a opção “outro”, bem como 1% preferiram não dizer e 1% classificou-se como homem transgênero, como mostra o Gráfico 1 abaixo:

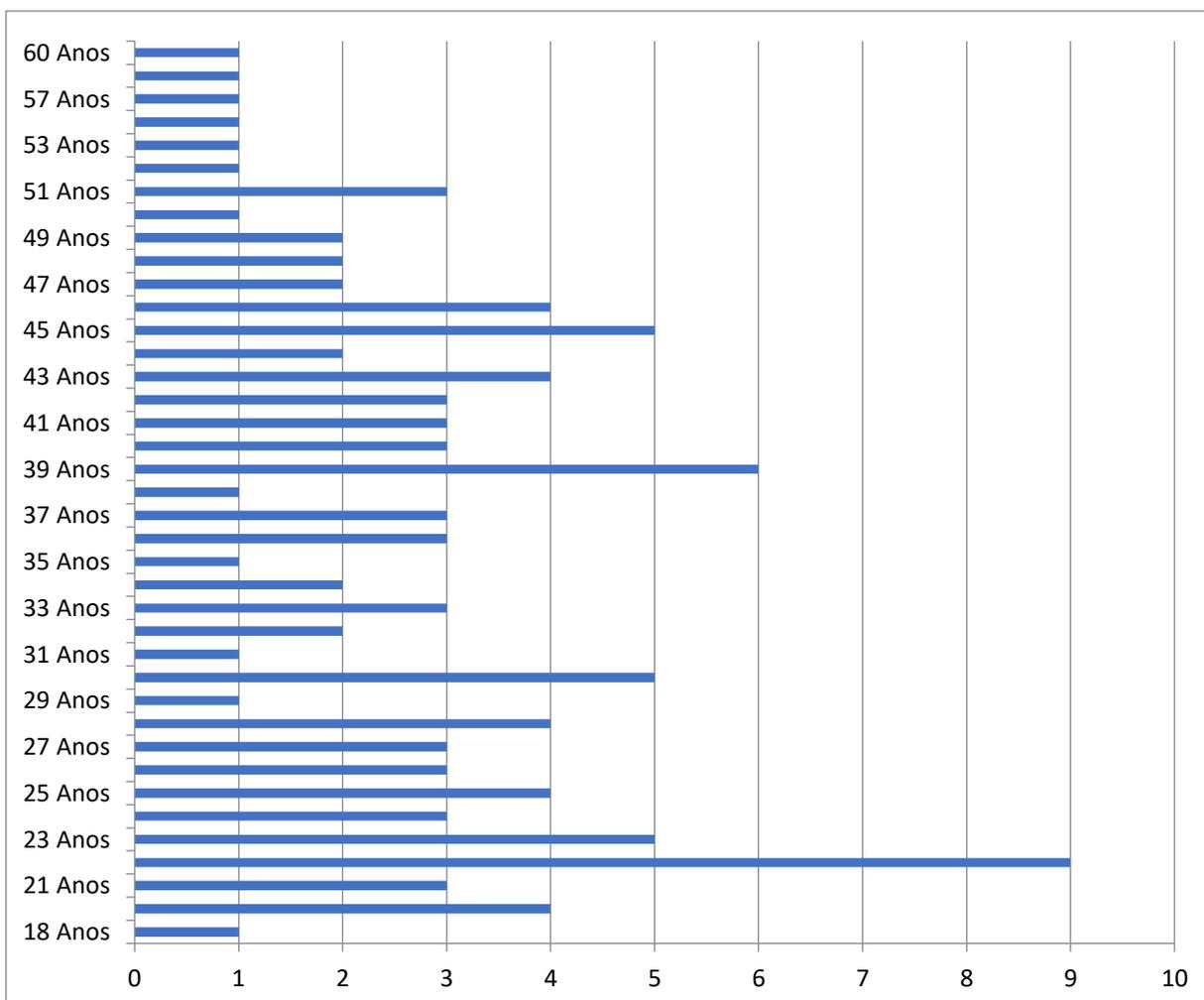
Gráfico 1 - Gênero dos Integrantes da Pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

A segunda pergunta do questionário solicitava que sua idade fosse indicada. Por ordem, a maior parte dos integrantes da pesquisa alega possuir 21 anos, seguido pela idade de 39 anos e 29 e 45 anos empatados na terceira posição, gerando o Gráfico 2 abaixo:

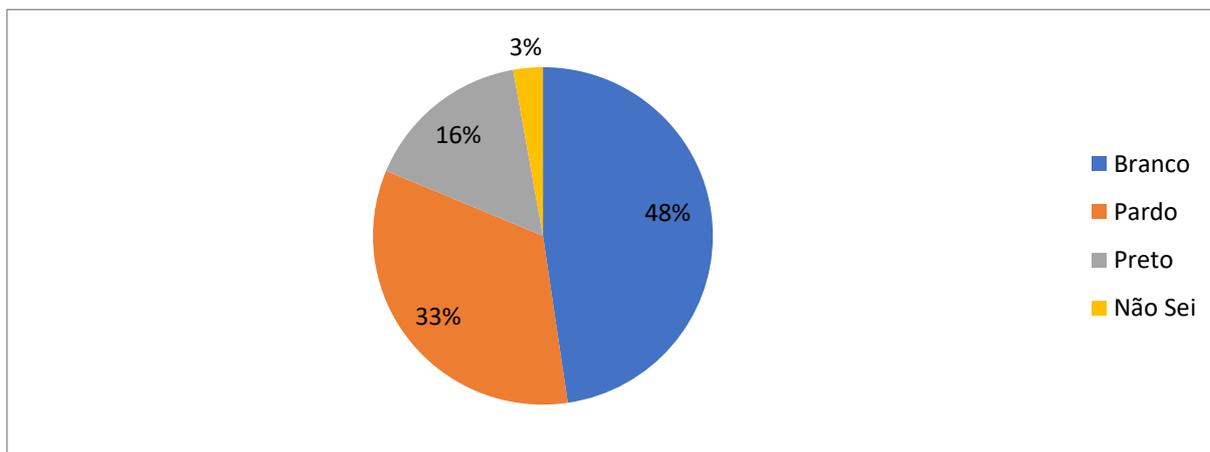
Gráfico 2 - Idade dos Integrantes da pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Enquanto isso, a terceira questão do questionário solicitava que os integrantes da pesquisa declarassem sua cor utilizando como base a classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Brancos (48%); Pardos (33%); Pretos (16%) e 3% declararam não saberem responder à questão como apresenta o Gráfico 3 abaixo:

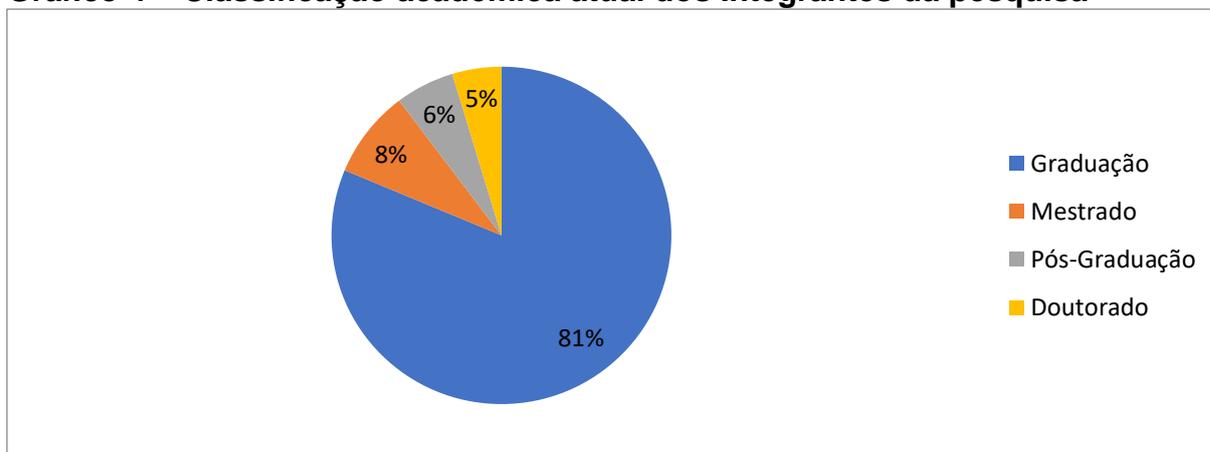
Gráfico 3 – Cor dos Integrantes da pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Na sequência, buscando identificar o perfil acadêmico dos integrantes da pesquisa a questão seguinte solicitava que os respondentes definissem a classificação do curso superior em que estavam ou estiveram matriculados até o momento em que a pesquisa foi realizada. Os resultados apontam que 81% dos participantes da pesquisa se encontravam na graduação, enquanto 7% no mestrado, 6% em programas de pós-graduação e 5% em programas de doutorado como mostra o Gráfico 4 abaixo:

Gráfico 4 – Classificação acadêmica atual dos Integrantes da pesquisa



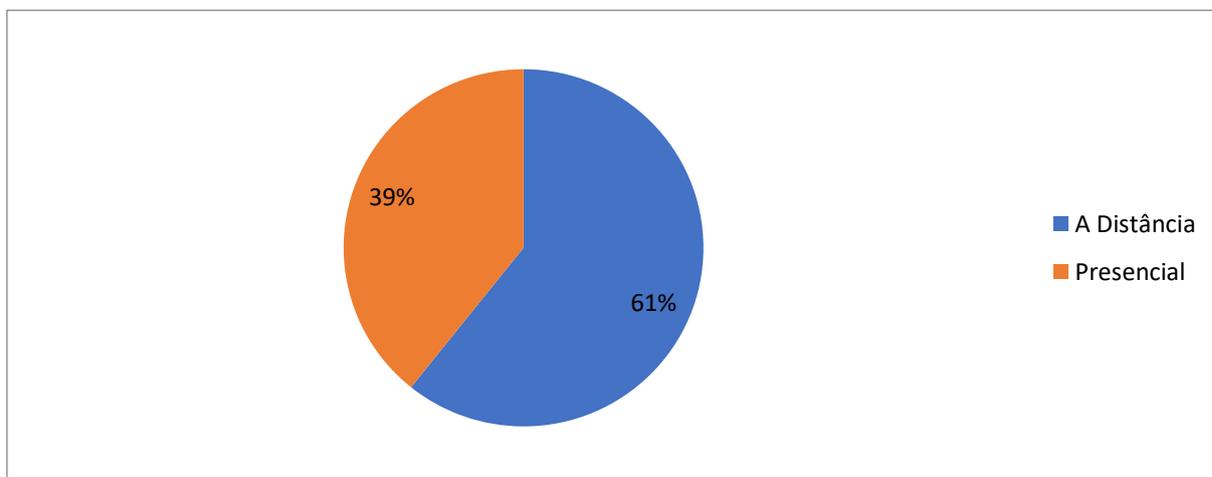
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

No que se refere a Universidade em que os integrantes da pesquisa se encontravam ou já estiveram matriculados a maior incidência foi de acadêmicos da Universidade Cândido Mendes - UCAM, Universidade Estácio de Sá – UNESA,

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ e a Universidade Federal Fluminense – UFF.

Já quanto a modalidade de ensino, sendo ela presencial ou remota, a maior parte dos integrantes da pesquisa (61%) alegam serem acadêmicos de cursos na modalidade de Educação a Distância – EaD, como mostra o Gráfico 5 abaixo:

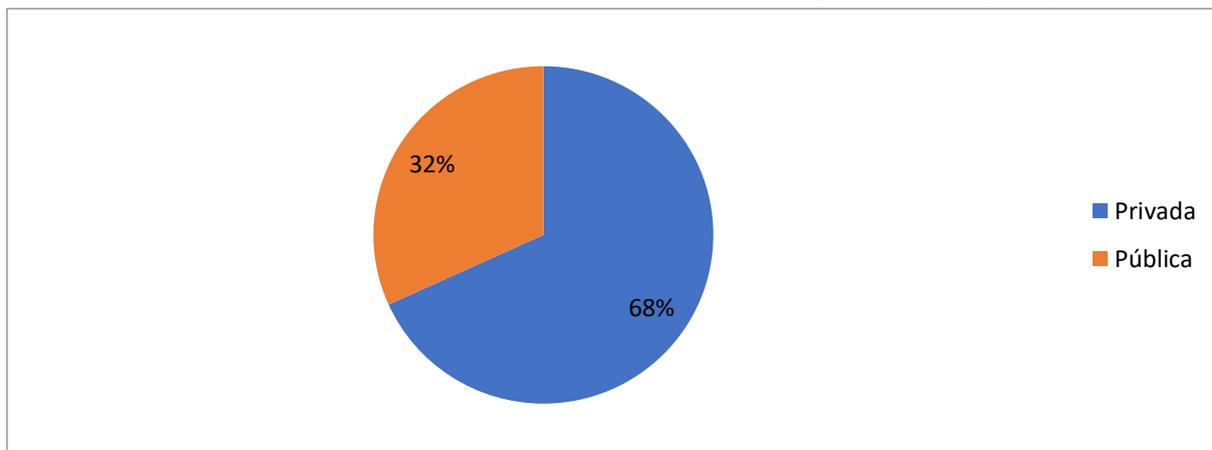
Gráfico 5 - Modalidade de ensino atual dos Integrantes da pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Quanto o enquadramento da Universidade, os resultados apontam que 68% dos integrantes da pesquisa são alunos de faculdades privadas, enquanto apenas 32% são acadêmicos de universidades públicas, gerando o Gráfico 6 abaixo:

Gráfico 6 - Enquadramento da Universidade dos Integrantes da pesquisa

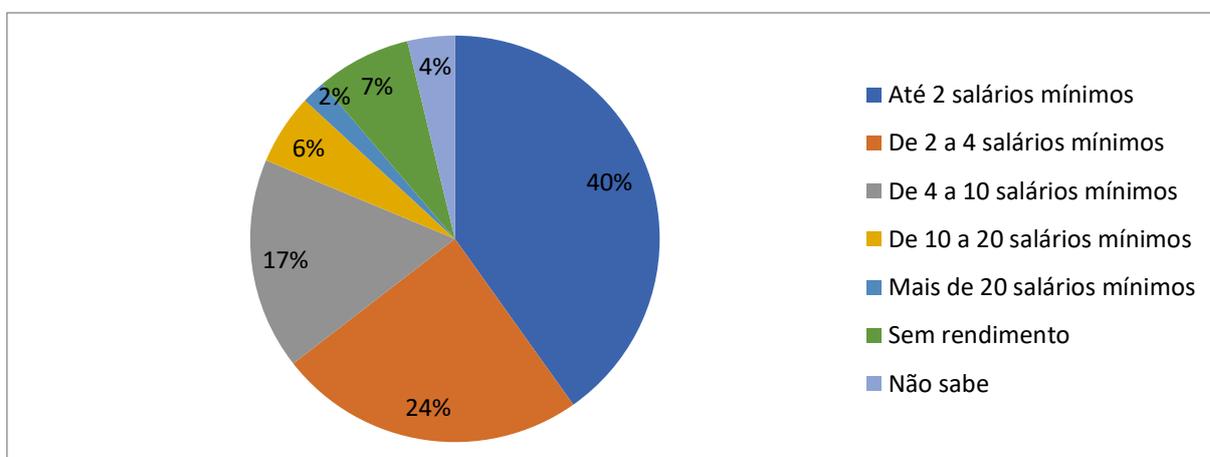


Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Seguindo no objetivo de traçar um perfil dos integrantes da pesquisa, as três perguntas seguintes foram direcionadas a mapear geograficamente a amostragem do estudo. No que se refere às cidades, a maior parte dos participantes alegou morar no Estado do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Pará, Santa Catarina e Bahia. Quanto à cidade, a maior incidência ficou entre o Rio de Janeiro, Belém, Niterói, São Gonçalo e, por fim, Rio das Ostras. Já nos bairros, os mais apontados foram Campo Grande, Centro, Jacarepaguá, Bangu e Botafogo.

Trazendo a discussão para um viés econômico, a questão seguinte solicitava que os integrantes da pesquisa pontuassem qual seria a média, em salários-mínimos⁴, de sua renda familiar. 40% dos participantes alegaram que sua renda familiar é de até dois salários, enquanto 24% de dois a quatro salários-mínimos e 17% de quatro a dez salários-mínimos, gerando o Gráfico 7 abaixo:

Gráfico 7 - Renda Familiar dos Integrantes da pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

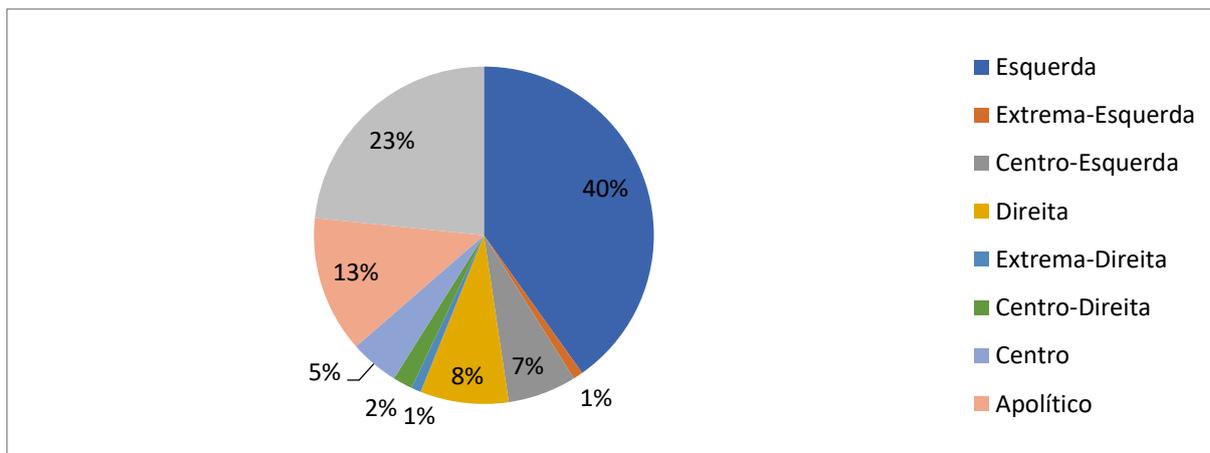
Dando sequência na pesquisa, o questionário solicitava que os integrantes da pesquisa indicassem se possuíam, ou não, alguma religião até o momento em que a pesquisa foi realizada. As religiões mais indicadas foram primeiramente “Sem Religião”, “Católico Apostólico Romano”, “Evangélico Pentecostal”, “Ateu ou Agnóstico” e “Espírita Kadercista”.

Agora, buscando um viés político, os participantes da pesquisa foram convidados a indicarem o seu posicionamento político até o momento em que a pesquisa foi realizada. 40% deles alega se identificarem politicamente com a

⁴ Até a data de 12 de dezembro de 2022 o salário-mínimo no Brasil era de R\$1.302, 00.

Esquerda, enquanto 23% assinalaram a opção “outro”, 13% se identificaram como de Extrema Esquerda, gerando o Gráfico 8 abaixo:

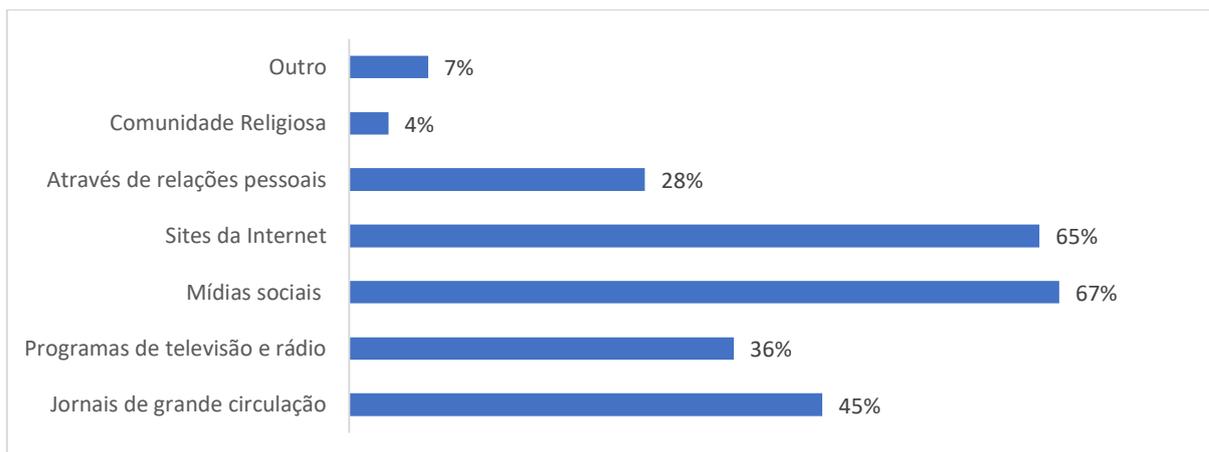
Gráfico 8 - Posicionamento político dos Integrantes da pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Na sequência, foi solicitado que os participantes da pesquisa pontuassem quais seriam as suas principais fontes de informação, havendo a possibilidade de que eles marcassem mais de uma opção. A pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados obtém suas informações de fontes digitais, como as mídias sociais e sites da internet, com 67% e 65%, respectivamente. Jornais de grande circulação e programas de televisão e rádio também foram citados como fontes importantes, com 45% e 36% dos entrevistados, respectivamente. Através de relações pessoais, como amigos e familiares, foi mencionado por 28% dos entrevistados. Apenas 4% das pessoas pesquisadas afirmaram obter informações através de comunidades religiosas, enquanto 7% disseram que recorrem a outras fontes não especificadas.

Gráfico 9 - Principal fonte de informação dos Integrantes da pesquisa



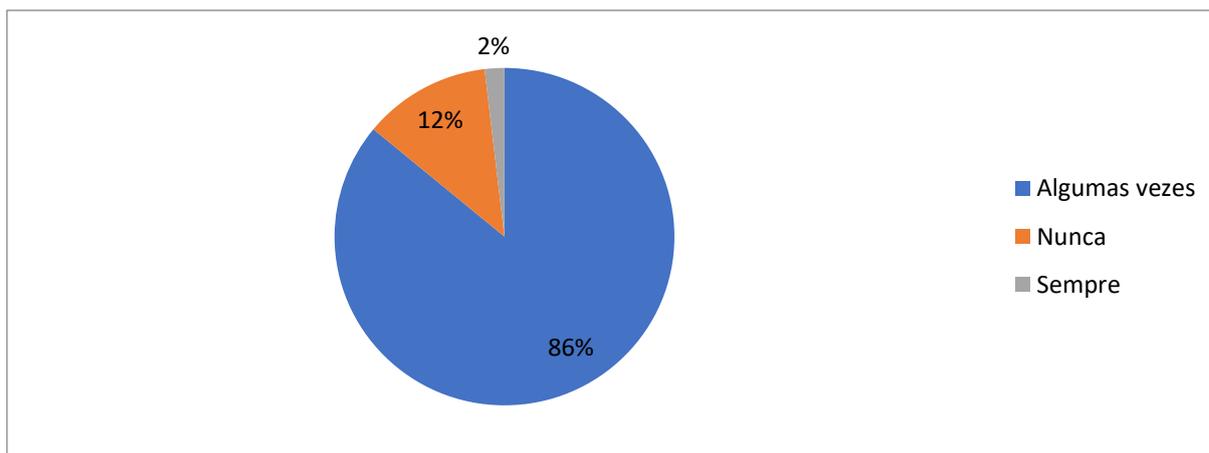
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Centralizando ainda mais o questionário para os objetivos de pesquisa, os integrantes da pesquisa pontuaram as fontes de informação que consideravam mais confiáveis até o momento em que a pesquisa foi realizada. Em ordem de maior para a menor incidência, ficaram: “nenhuma”, “e-mail”, “Instagram”, “*Twitter*” e “Facebook”.

Especificando a pergunta para as informações que se referem a saúde, os integrantes da pesquisa alegaram que se informam sobre o tema, em ordem de maior para menor incidência, por meio de “Médico e Outros Profissionais da saúde”, “Informativos de Órgãos da Saúde”, “Informações na Internet”, “Familiares e pessoas próximas” e “Outros”.

Ambientando a pergunta para as redes e mídias sociais, os integrantes da pesquisa foram questionados se possuíam ou não o costume de compartilhar as informações que possuem acesso com outras pessoas. 86% alegaram que fazem isso apenas algumas vezes, já 12% alegam que nunca fazem isso e 2% afirmaram sempre fazer isso, gerando o Gráfico 10 abaixo:

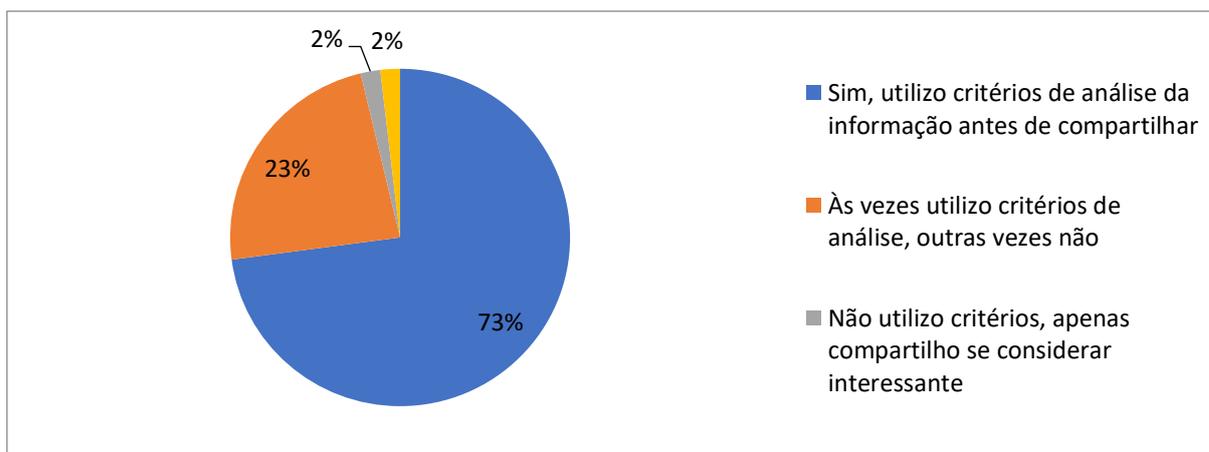
Gráfico 10 - Frequência de compartilhamento de informações



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Ainda sobre o hábito de compartilhamento de informações recebidas em redes sociais, a questão elaborada era: “antes de compartilhar uma publicação em suas redes sociais, você utiliza critérios de análise da confiabilidade da informação?”. 73% dos integrantes da pesquisa afirmam que “sim, utilizo critérios de análise de informação antes de compartilhar”, já 23% afirmam que “às vezes utilizo critérios de análise, outras vezes não”. Como mostra o Gráfico 11 abaixo:

Gráfico 11 - Critérios para o compartilhamento de informações



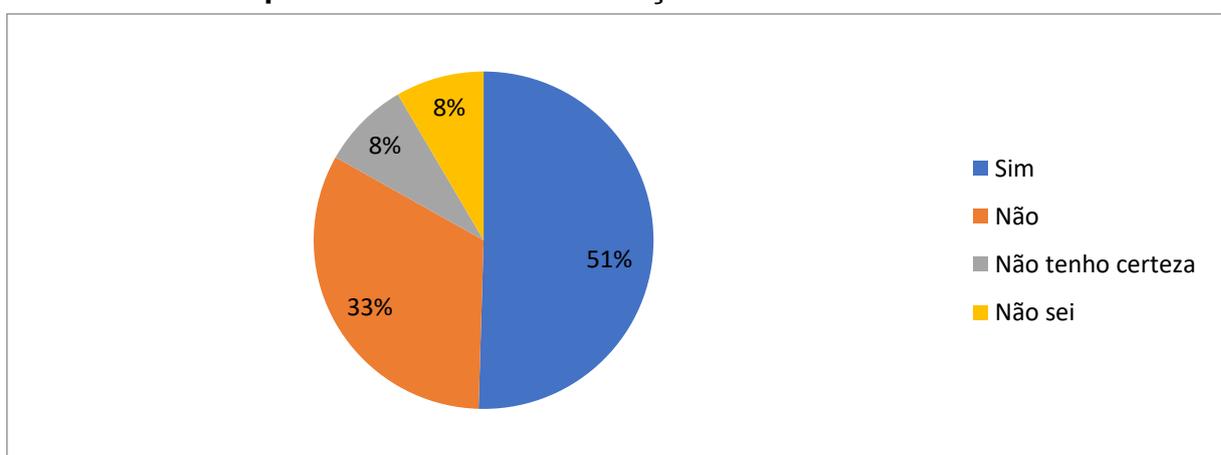
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Na sequência os integrantes da pesquisa foram convidados a descrever quais seriam exatamente esses critérios de análise das informações que recebem, sobretudo com o objetivo de identificar se aquela informação é, ou não, uma *fake news*, disponibilizada nas mídias digitais. As cinco opções mais assinaladas foram:

1. Leio a matéria na íntegra, verifico a estrutura do site, verifico a autoria da matéria, verifico a data que a informação foi publicada, considero a linguagem utilizada;
2. Verifico fontes alternativas, buscando a notícia em outras fontes, considero a idoneidade do indivíduo que compartilhou a notícia;
3. Verifico a estrutura do site, considero o suporte em que a informação se encontra, verifico fontes alternativas, buscando a notícia em outras fontes, verifico a data que a informação foi publicada;
4. Verifico a autoria da matéria, verifico fontes alternativas, buscando a notícia em outras fontes, verifico a data que a informação foi publicada, considero a linguagem utilizada, considero a idoneidade do indivíduo que compartilhou a notícia;
5. Não utilizo nenhum destes critérios listados.

Após isso, 51% dos integrantes da pesquisa alegaram que, em algum momento de suas vidas, nas mídias sociais já compartilharam informações que depois descobriram se tratar de uma *fake news*. Outros 33% alegam que isso nunca aconteceu, como mostra o Gráfico 11 abaixo:

Gráfico 12 - Compartilhamento de informações falsas



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

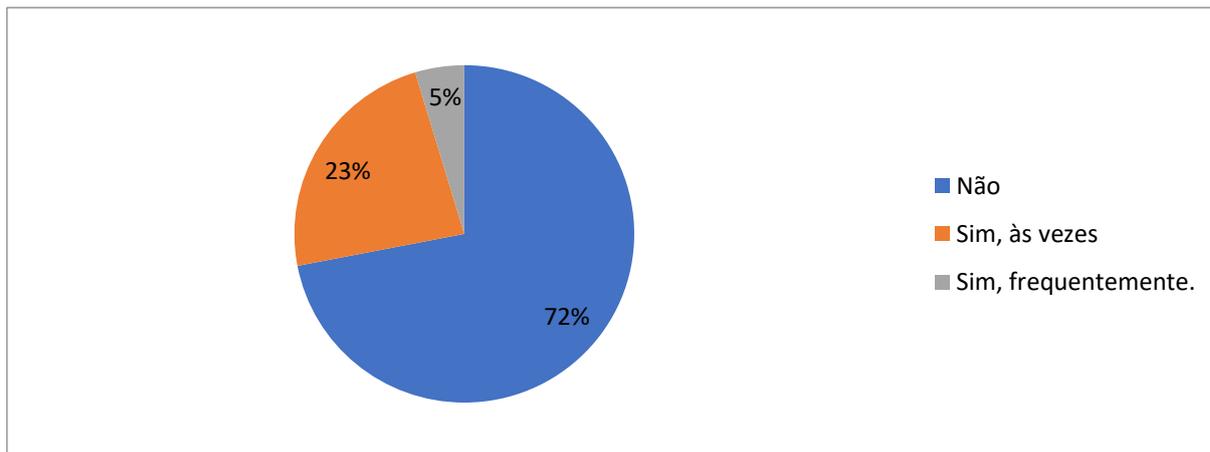
Apenas para aqueles que responderam de forma afirmativa para a questão anterior solicitou-se que houvesse uma descrição breve das ações tomadas pelos

respondentes após a descoberta da ausência de veracidade da informação compartilhada. Ainda em ordem de maior incidência para menor incidência, os resultados apontam que os integrantes da pesquisa tomam a ação de:

1. Excluir imediatamente a publicação;
2. Avisar os indivíduos que curtiram ou compartilharam a publicação;
3. Arquivar ou ocultar a publicação;
4. Não tomar atitudes perante a informação publicada ou compartilhada;
5. Tomar outra(as) atitude(s).

Já a questão seguinte era: “costuma acompanhar alguma liderança religiosa nas redes sociais para formar opinião e guiar suas decisões?”. 72% dos integrantes da pesquisa alegam que não, enquanto 23% que sim, mas apenas às vezes e 5% afirmam que sim e frequentemente. Gerando o Gráfico 12 abaixo:

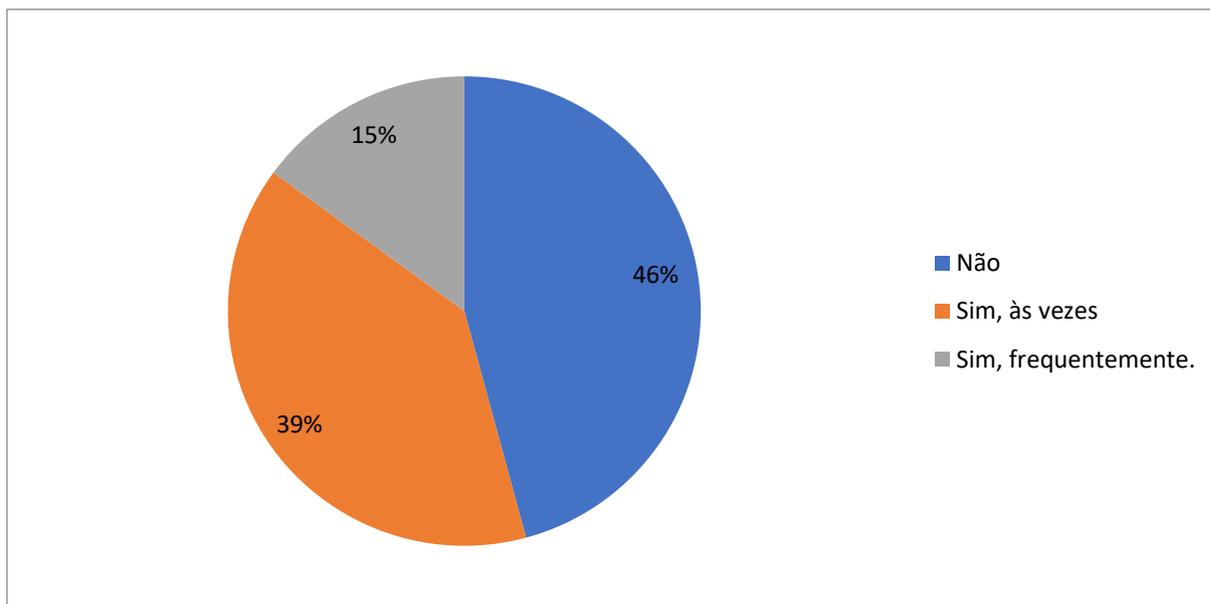
Gráfico 13 - Visualizações a lideranças religiosas nas redes sociais



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Em complemento a questão anterior, questionou-se: “costuma acompanhar alguma liderança intelectual ou artística nas redes sociais para formar opinião e guiar suas decisões?”. Os resultados apontam que 46% dos integrantes da pesquisa não acompanham tais figuras, enquanto 39% afirmam que sim, mas as vezes e os 15% afirmam acompanhar essas figuras frequentemente, gerando o Gráfico 13 abaixo:

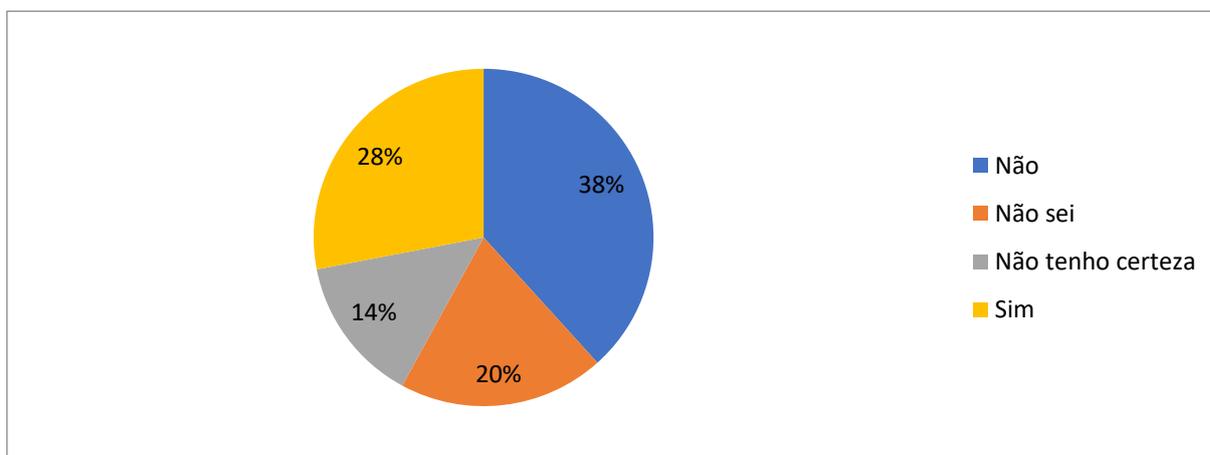
Gráfico 14 - Visualizações a lideranças religiosas nas redes sociais



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Quando questionados, 38% dos integrantes da pesquisa afirmaram que nunca encaminharam nenhuma notícia falsa, já 28% afirmam que isso já ocorreu em algum momento, 20% alegam não saberem responder à questão e 14% afirmam estarem em dúvida, como mostra o Gráfico 14 abaixo:

Gráfico 15 - Compartilhamento de notícias falsas

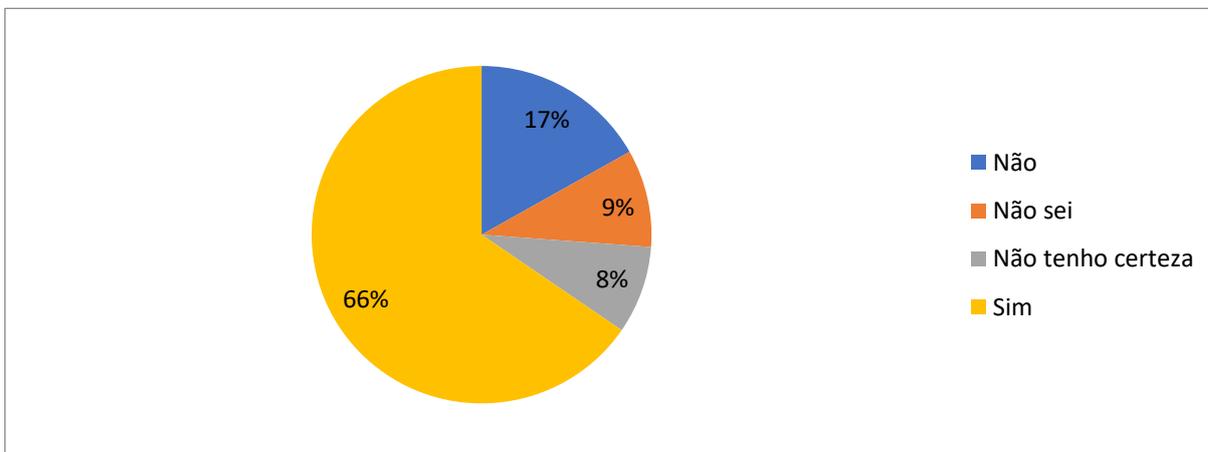


Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Especificando ainda mais a questão seguinte, os integrantes da pesquisa foram indagados: “você já recebeu uma notícia falsa de um colega universitário?”. 66% responderam que sim, isso já ocorreu. Enquanto isso, 17% alegam que isso nunca

aconteceu e 9% não sabem dizer com certeza como pode ser observado no Gráfico 15 abaixo:

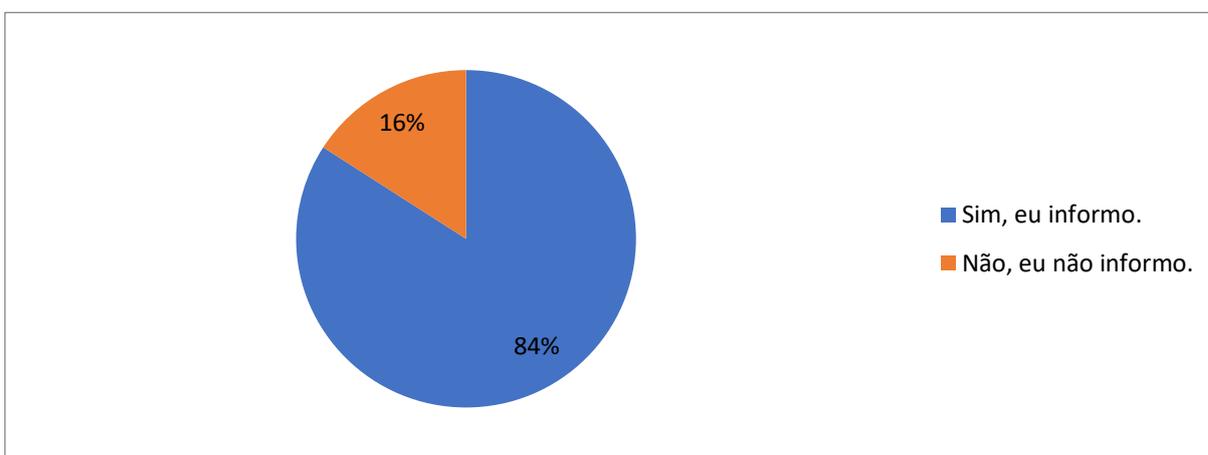
Gráfico 16 - Compartilhamento de notícias falsas por outros universitários



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Na sequência os integrantes da pesquisa são questionados sobre as ações que tomam após receberam uma informação que reconhecem e constatam que é falsa. 84% alegam informar ao remetente que aquela se trata de uma notícia falsa e 16% afirmam que não informam, como mostra o Gráfico 16:

Gráfico 17 - Informe sobre o compartilhamento de notícias falsas

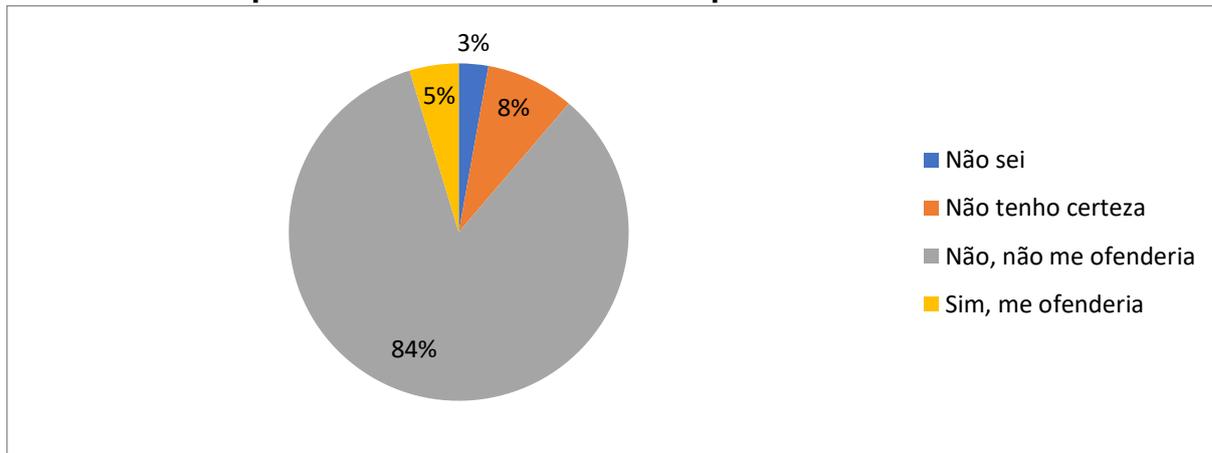


Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Revertendo a situação, questiona-se sobre a forma como os integrantes da pesquisa se sentem quando são alertados do compartilhamento de uma informação conhecida e comprovadamente falsa. 84% afirmam que não ficariam ofendidos

ao serem avisados, 8% afirmam não saberem como iriam se sentir e 5% afirmam que se ofenderiam. Gerando o Gráfico 17:

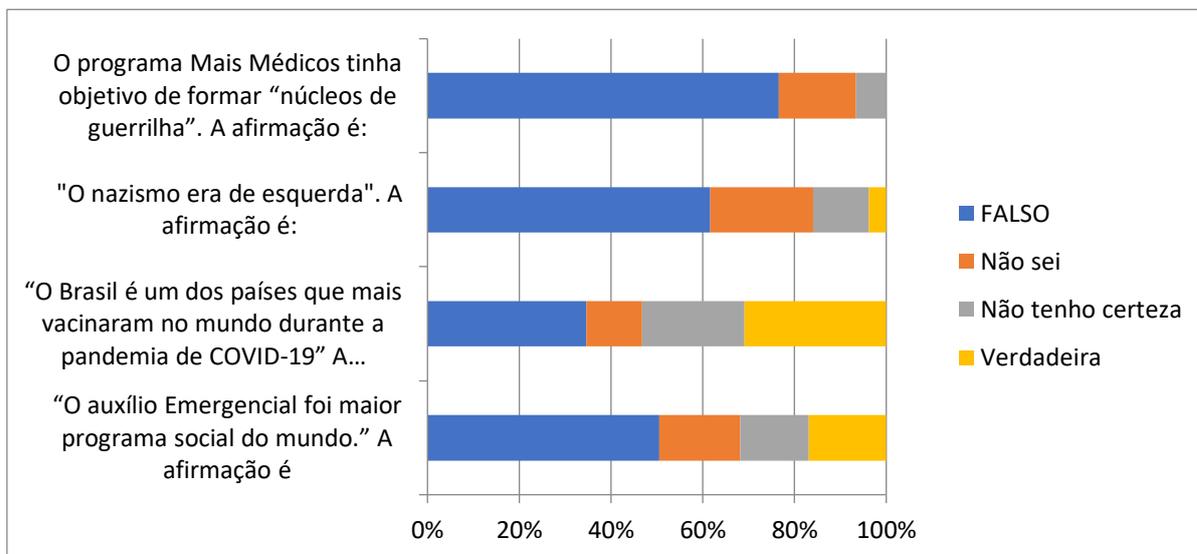
Gráfico 18 - Resposta ao informe sobre o compartilhamento de notícias falsas

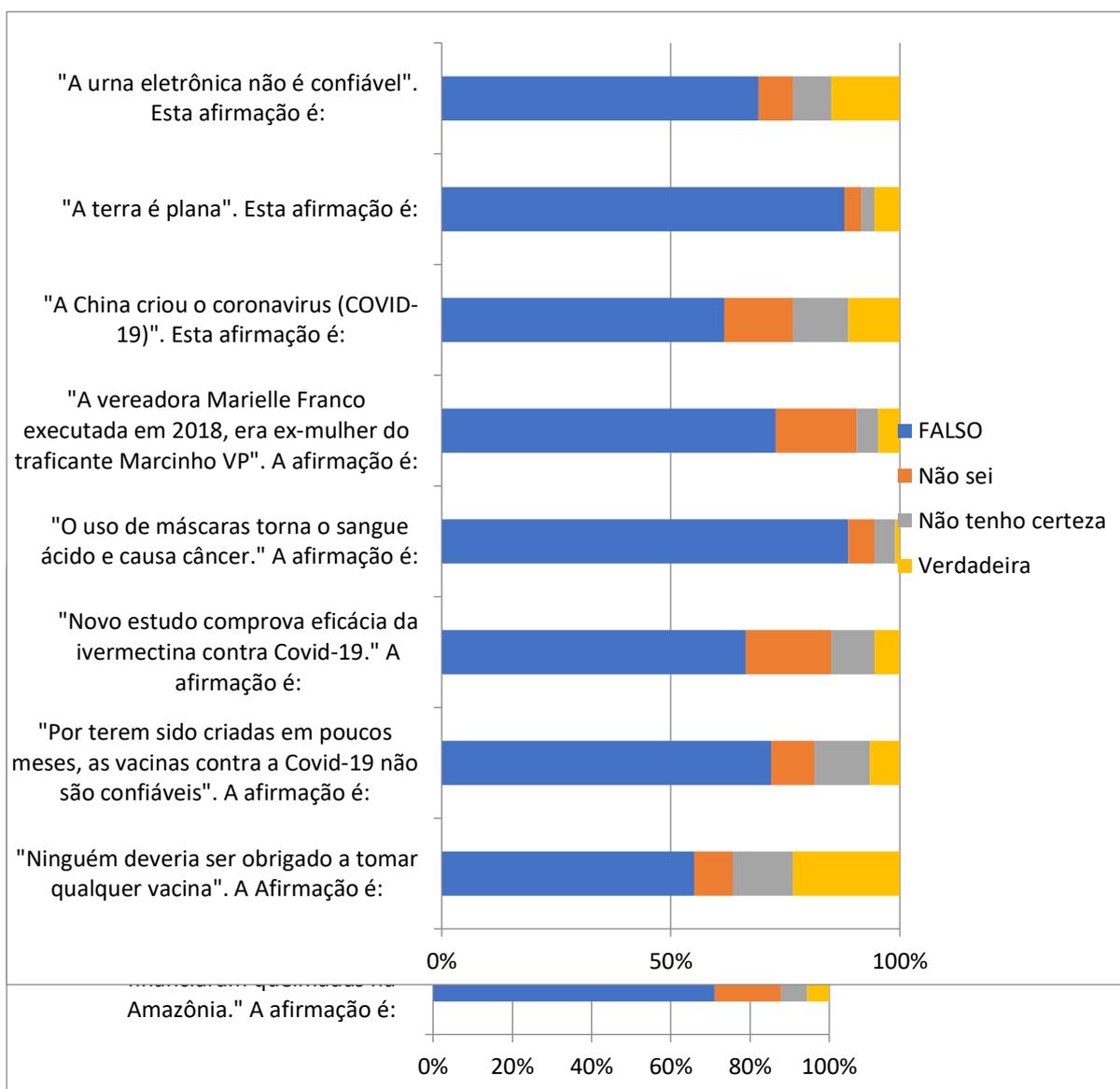


Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Por fim, uma sequência de informações consideradas comuns e de grande circulação, sobretudo nas redes sociais, foram expostas e os integrantes da pesquisa foram convidados a identificarem se as afirmações em questão eram verdadeiras ou falsas:

Gráfico 19 - Análise das afirmações





Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Ninguém deveria ser obrigado a tomar vacina é uma opinião, decisão ética e moral dos indivíduos e sociedades, não é uma fakenews ou uma desinformação, é um tema controverso que tem a ver com uma discussão de liberdade x submissão às decisões institucionais

Os resultados apontam para a forma que, mesmo em meio a uma onda de *fake news* e de descredibilidade da imprensa e do jornalismo como um todo, os jornais de grande circulação e os programas de televisão e rádio ainda são a maior fonte de informações dos integrantes da pesquisa. Porém, esse padrão foi observado com maior incidência pelo público masculino.

Entretanto, as mídias sociais seguem tendo uma presença significativa no imaginário popular como uma fonte que pode ser tida como segura para os integrantes da pesquisa, mas essa percepção pode ser explicada pela forma como esses ambientes digitais podem ser capazes de segmentar as informações que reproduzem. Isso é, de criar ambientes seguros onde aquele usuário sabe que vai encontrar apenas pessoas com opiniões semelhantes as suas, produção de argumentos favoráveis à sua ideologia e assim trabalhar na manutenção da sua bolha social.

CAPÍTULO III – ANÁLISE, PROBLEMATIZAÇÃO E ENFRENTAMENTO

Neste capítulo são apresentadas algumas perspectivas de análise sobre os dados coletados na pesquisa. Nesta parte da dissertação, são discutidas especialmente as perspectivas de gênero, faixa etária, localidade, classes sociais, religião, posicionamento político e comportamento em relação à categoria desinformação, tal como ela é abordada ao longo do presente estudo. Através de uma análise crítica, são destacadas as nuances e implicações desses diferentes aspectos na disseminação da desinformação. Além disso, este capítulo também aborda estratégias de enfrentamento da desinformação, tanto no Brasil quanto no mundo, com base nos resultados obtidos na pesquisa, visando contribuir para a promoção de uma sociedade mais informada e consciente.

3. Análise e Problematização dos dados

3.1. Perspectiva de gênero

Os participantes desta pesquisa não apresentaram comportamentos discrepantes em termos de gênero. Um estudo conduzido pela Avaaz (2020) revelou que tanto homens quanto mulheres brasileiras, independentemente de sua faixa etária, são quase igualmente afetadas pela propagação de notícias falsas. Isso indica que a disseminação e o consumo de desinformação não são influenciados de maneira significativa pelas diferenças de gênero.

A pesquisa revelou que 67% dos respondentes se identificam como do sexo feminino, 27% como do sexo masculino e apenas 1% como homem transgênero. Embora a pesquisa possa indicar que a maioria dos respondentes se identifica com o sexo feminino, é importante destacar que o número de pessoas transsexuais que participaram da pesquisa é preocupantemente baixo.

A falta de representatividade de pessoas transsexuais na pesquisa é preocupante, uma vez que é sabido que essa população é frequentemente alvo de desinformação e discriminação, mas não é possível determinar isso no ambiente universitário a partir dos obtidos neste estudo.

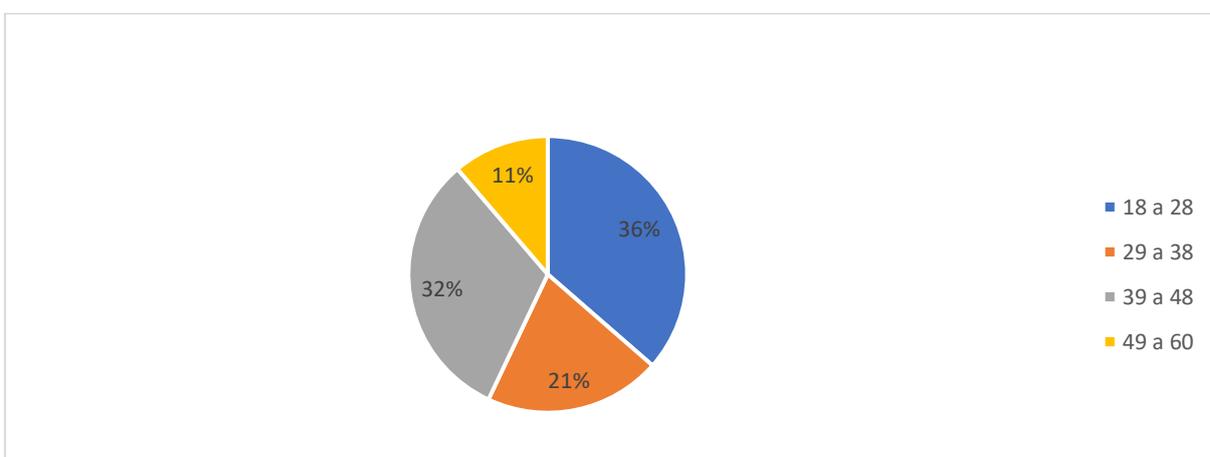
Outros estudos indicam que as pessoas transsexuais são alvo de notícias falsas e de campanhas difamatórias com frequência, especialmente nas redes sociais (BIANCHINI, 2021). A falta de acesso à informação confiável, a desinformação e a falta de alfabetização digital adequadas podem ter um impacto significativo na vida das pessoas transsexuais, que já enfrentam tantas dificuldades.

É essencial que as pesquisas e os estudos futuros sobre o compartilhamento de informações falsas incluam uma amostra significativa de pessoas transsexuais. Somente assim será possível entender melhor as barreiras que essa população enfrenta e implementar políticas efetivas para lidar com a desinformação e a falta de letramento digital. É fundamental que as pessoas transsexuais tenham acesso a informações precisas e confiáveis, para que possam tomar decisões informadas sobre sua saúde, segurança e bem-estar.

3.2. Perspectiva etária

As repostas foram reagrupadas em faixas etárias com intervalo de 10 anos, resultando em 36% dos respondentes tem entre 18 e 28 anos, 21% dos respondentes tem entre 29 e 38 anos, 32% têm de 39 a 48 anos e por fim, 11% têm 49 a 60 anos. Conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 20 – Reagrupamento etário



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

A discussão sobre gerações e compartilhamento de informações falsas tem se tornado cada vez mais relevante nos dias de hoje. Com o avanço da tecnologia e a

crescente presença das redes sociais no cotidiano, é cada vez mais fácil disseminar informações, sejam elas verdadeiras ou falsas.

Guess *et al.* (2019) destacam que as pesquisas sobre idade e alfabetização em mídia digital frequentemente se concentram na aquisição de habilidades por parte dos jovens, além de focar a divisão entre nativos digitais e imigrantes digitais. Nativos digitais são aqueles que nasceram a partir da década de 1990, já imersos em um mundo conectado, enquanto os imigrantes digitais são aqueles que nasceram antes da década de 1990 e cresceram em um contexto em que a internet e as redes digitais não faziam parte do cotidiano.

Observando os resultados da pesquisa, podemos notar que há uma concentração significativa de jovens na faixa etária de 18 a 28 anos. Essa geração é conhecida por ter crescido em um mundo cada vez mais conectado e tecnológico, o que pode ter influenciado na forma como eles lidam com as informações que recebem.

Por outro lado, temos a faixa etária de 39 a 48 anos, que representa uma geração mais velha. Essa geração cresceu em um mundo diferente, com menos acesso à informação e com uma forma diferente de consumir conteúdo. É possível que essa diferença de experiências influencie na forma como eles lidam com as informações, buscando fontes mais confiáveis e verificando a veracidade das informações antes de compartilhar.

Guess *et al.* (2019) consideram que estudos ainda são incipientes sobre o comportamento político das gerações mais velhas. Apontam que são necessárias mais pesquisas para um melhor entendimento da interação entre idade e o consumo de conteúdo político online. Os pesquisadores sugerem que indivíduos com mais de 60 anos não tenham o nível de alfabetização em mídia digital necessário para determinar com segurança a confiabilidade das notícias encontradas online. Embora este não seja o universo geracional desta pesquisa.

Além disso, é importante que as redes sociais e outras plataformas digitais também assumam sua responsabilidade em relação ao compartilhamento de informações falsas. Elas podem desenvolver ferramentas para ajudar a identificar e remover conteúdos falsos, além de promover campanhas de conscientização sobre a importância da verificação das informações.

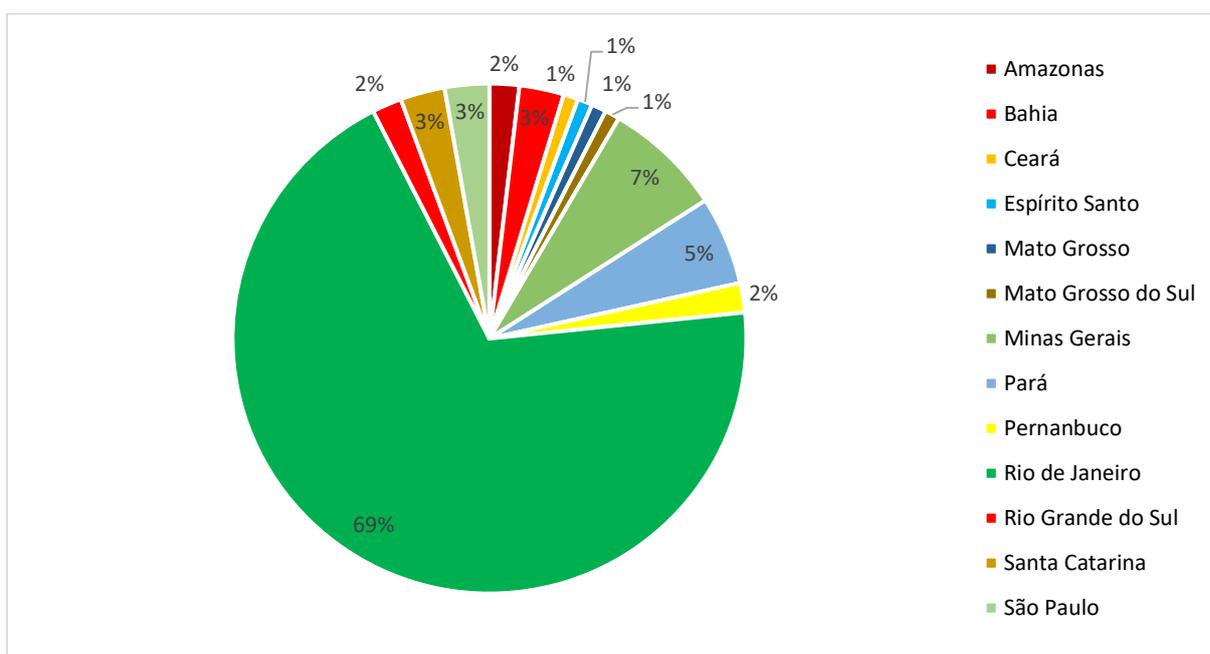
A discussão sobre gerações, compartilhamento de informações falsas é fundamental para o nosso tempo. É preciso investir na educação para que as pessoas,

independentemente da idade, possam lidar de forma adequada com as informações que recebem e assim garantir uma sociedade mais informada e consciente.

3.3. Perspectiva de localidade

Em relação ao Estado (unidades federativas) dos respondentes, 69% são do Rio de Janeiro, 1% do Ceará, 1% do Espírito Santo, 1% do Mato Grosso, 1% do Mato Grosso do Sul, 2% do Amazonas, 2% de Pernambuco, 2% do Rio Grande do Sul, 3% da Bahia, 3% do Santa Catarina, 3% de São Paulo, 6% do Pará e 7% de Minas Gerais.

Gráfico 21 – Unidade Federativa dos respondentes da pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

3.4. Perspectiva de Classes Sociais

A definição de classe social no Brasil não é estabelecida por uma tabela oficial, mas pode ser determinada de diferentes formas, levando em consideração variáveis como renda, educação, profissão, hábitos de consumo, entre outros fatores.

Uma das formas mais comuns de classificar as classes sociais no Brasil é por meio da divisão em cinco grupos, conforme a classificação adotada pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP).

Kamakura e Mazzon (2015), consideram que o Critério Brasil, estabelecido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP) é a forma mais precisa de se analisar as classes socioeconômicas no Brasil, tendo comparado o Critério SAE Precisão = 45,1%, Antigo ABEP Precisão = 49,9%, e Novo ABEP – Classificador adaptável (melhores 20 indicadores) Precisão = 77,4%.

A metodologia de desenvolvimento do Critério Brasil que entrou em vigor no início de 2015 está descrita no livro Estratificação Socioeconômica e Consumo no Brasil dos professores Wagner Kamakura (Rice University) e José Afonso Mazzon (FEA/USP), baseado na Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) do IBGE.

Tabela 3: Estrato Socioeconômico

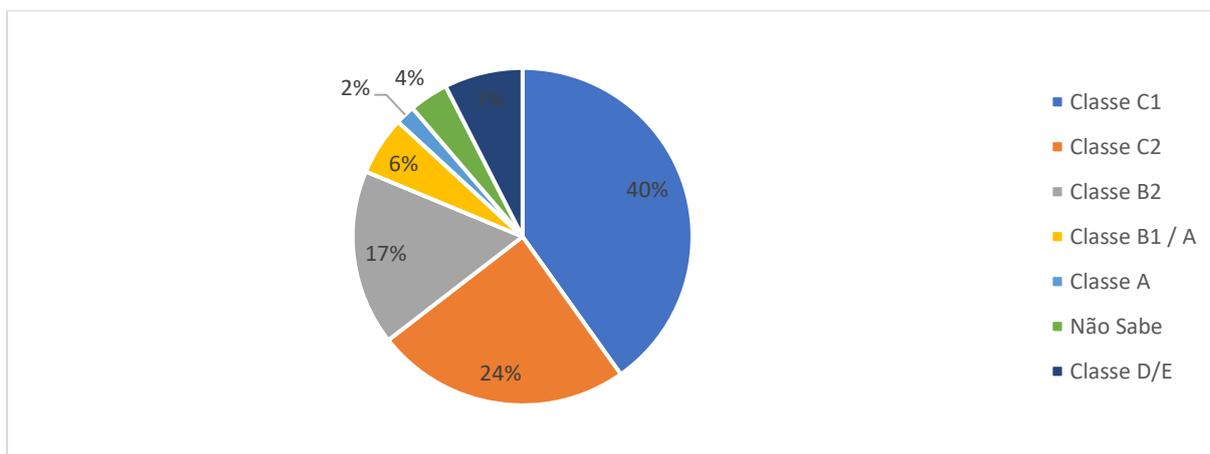
Estrato Socioeconômico	Renda Média
A	21.826,74
B1	10.361,48
B2	5.755,23
C1	3.276,76
C2	1.965,87
D/E	900,60

Fonte: Abep (2022)⁵

Conforme o Ministério da Economia (ME) brasileiro, o salário-mínimo nacional em 2022 foi no valor de R\$ 1.302. 40% da Classe C1, 24% da Classe C2, 17% da Classe B2, 6% da Classe B1 / A, 2% da Classe A, 7% da Classe D e E e 4% não sabem sua renda ou a que classe pertencem.

⁵ Critério Brasil - ABEP. Disponível em: <<https://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em: 5 jan. 2023.

Gráfico 22 – Reagrupamento de Classes Sociais



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

O compartilhamento de informações falsas é uma questão que afeta todas as classes sociais, mas é interessante analisar como essas questões se manifestam em diferentes estratos da sociedade.

Observando os resultados da pesquisa, podemos notar que a maior parte dos respondentes pertence às classes C1 e C2, representando juntas quase metade dos entrevistados. Essas classes sociais são conhecidas por serem a chamada "classe média", e geralmente possuem um acesso razoável à educação e à informação. No entanto, é importante destacar que o acesso à informação nem sempre significa que as pessoas têm as habilidades necessárias para lidar com ela de forma crítica e consciente.

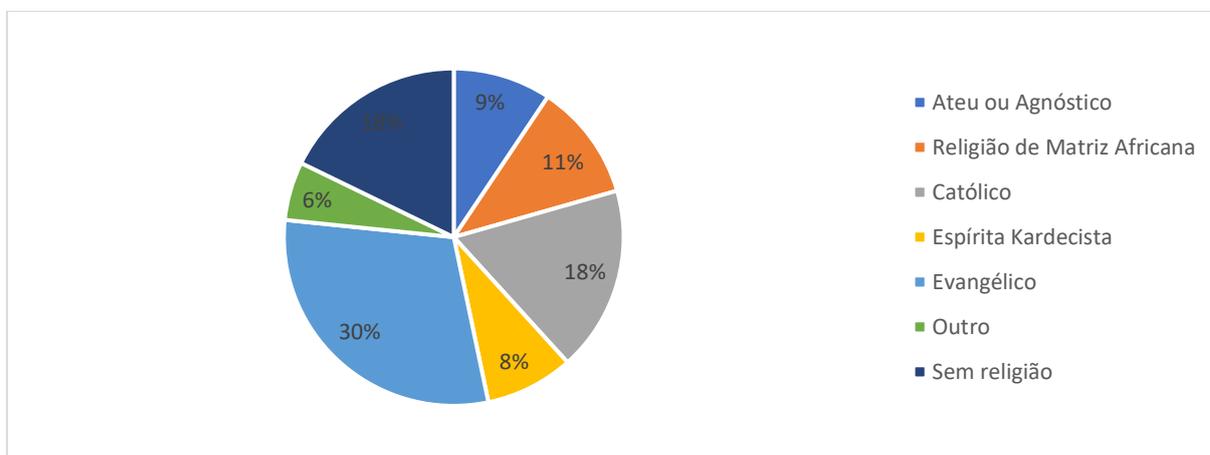
Por outro lado, temos as classes B1/A e A, que representam juntas apenas 8% dos entrevistados. Essas classes sociais são conhecidas por serem as mais abastadas, com maior acesso à educação e informação. Mesmo nessas classes mais altas, é possível encontrar pessoas que acreditam em informações falsas e que têm dificuldade em discernir o que é verdadeiro do que é falso.

Além disso, temos a classe D e E, que representam juntas 7% dos entrevistados. Essas classes sociais são conhecidas por serem as mais vulneráveis, com menor acesso à educação e informação. É possível que essas pessoas sejam mais suscetíveis a acreditar em informações falsas, especialmente quando elas vêm de fontes que parecem confiáveis.

3.5. Perspectiva Religiosa

Para uma perspectiva mais clara alguns seguimentos religiosos foram reagrupados. Então os respondentes da categoria evangélico pentecostal, evangélico não pentecostal, evangélico neopentecostal, evangélico sem denominação foram reagrupados em uma única categoria chamada evangélicos. Assim como, católico apostólico romano e católico apostólico romano ligado à Renovação Carismática Católica foram reagrupados na categoria católicos, e ainda, Umbanda e Candomblé foram reagrupados na categoria religião de matriz africana. Sendo assim, 30% de evangélico, 18% de católico, 18% de sem religião, 11% de religião de matriz africana, 9% de ateu ou agnóstico, 8% de espírita kardecista e 6% de outro.

Gráfico 23 – Reagrupamento de Religiões



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

A relação entre religião, compartilhamento de informações falsas é um tema relevante e complexo que merece uma reflexão mais aprofundada.

Observando os resultados da pesquisa, podemos notar que a maior parte dos entrevistados se identificou como evangélicos, representando 30% do total. As igrejas evangélicas, especialmente por meio da narrativa de seus líderes, têm um grande alcance na sociedade brasileira, e muitas vezes exercem um papel importante na formação da opinião de seus fiéis. Além disso, é possível afirmar que o compartilhamento de informações falsas se trata de um fenômeno comum em alguns círculos evangélicos, especialmente quando essas informações estão relacionadas a temas como política e religião. Sobre esse assunto, o levantamento realizado por

Fonseca e Dias (2021) é bastante ilustrativo, pois revela certa conexão entre a maneira como as *fake news* alcançam o nicho dos evangélicos em função da maneira como esses indivíduos tendem a buscar informações nos tempos atuais.

A religião é uma questão que permeia a sociedade em diversos aspectos, incluindo o compartilhamento de informações falsas. Observando os resultados da pesquisa, podemos notar que os evangélicos representam a maior parte dos entrevistados, com 30% e 18% se declararam católicos.

Villaseñor (2021) ressalta o emprego estratégico das *fake news* e do elemento religioso nas eleições presidenciais, por parte dos grupos conservadores. Essa intersecção entre política e religião se manifesta tanto nas igrejas evangélicas quanto nos setores conservadores da Igreja Católica, onde discursos político-religiosos são empregados para persuadir os eleitores-fiéis a votarem no candidato apoiado pelos líderes religiosos. Essa prática, que se baseia na narrativa da luta entre o bem e o mal, evidencia a complexidade das dinâmicas eleitorais e o papel desempenhado pelas crenças e identidades religiosas na formação da opinião política.

Porém, os participantes desta pesquisa quando perguntados se costumam acompanhar alguma liderança religiosa nas redes sociais para formar opinião e guiar suas decisões, a pesquisa mostra que 72% dos pesquisados afirmam que não acompanham nenhuma liderança religiosa, 23% dizem acompanhar as vezes e 5% afirma acompanhar frequentemente.

Em suma, a discussão sobre religião e compartilhamento de informações falsas é fundamental para a construção de uma sociedade mais justa e informada. É preciso investir na educação para que todas as pessoas, independentemente de sua religião, possam lidar de forma adequada com as informações que recebem, garantindo assim uma sociedade mais crítica, consciente e informada.

3.6. Posicionamento Político

O posicionamento político é um assunto que tem grande influência sobre a forma como as pessoas lidam com as informações que recebem e sobre o compartilhamento de informações falsas. No que tange ao posicionamento político dos entrevistados, a pesquisa indicou que 40% se declararam de esquerda, 8% de

direita, 5% de centro, 7% de centro-esquerda, 2% de centro-direita, 1% de extrema-esquerda, 1% de extrema-direita e 13% se declararam apolíticos.

É importante destacar que o posicionamento político pode influenciar na forma como as pessoas recebem e compartilham informações, uma vez que a visão de mundo de cada um está muitas vezes ligada às crenças e valores políticos. Bucci (2019) aponta que o desprezo pela verdade factual não é uma exclusividade do espectro político de direita. No entanto, ainda de acordo com este autor, à medida que nos deslocamos na direção da extrema-direita o desprezo pela verdade factual ganha ainda mais intensidade, o que pode dar origem ao fértil terreno das fake News e teorias da conspiração que presenciamos, por exemplo, nas eleições presidenciais de 2018.

É importante destacar que o compartilhamento de informações falsas não é uma exclusividade de nenhum posicionamento político. É possível encontrar pessoas de todos os espectros políticos que compartilham informações falsas, sem verificar sua veracidade ou sua origem. Além disso, é importante destacar que o acesso à informação é um direito humano fundamental, e que é responsabilidade das instituições políticas e do Estado garantir que todas as pessoas tenham acesso à informação de qualidade. As instituições políticas também têm sua responsabilidade em relação ao compartilhamento de informações falsas. Elas podem desenvolver campanhas de conscientização sobre a importância da verificação das informações e orientar seus eleitores a buscar fontes confiáveis para obter informações.

3.7. Análise do Comportamento

Quando perguntados sobre sua principal fonte de informação 67% dizem se informar através de Redes Sociais como WhatsApp, Twitter e Facebook e blogs. Plataformas que possuem características diferentes de compartilhamento de informação, mas que não são em si mesmas empresas e organizações produtoras de notícias. Somente 44% afirma utilizar de jornais para se informar, incluindo suas versões digitais. Um dado importante é que 28% declararam se informar através de suas relações pessoais. Assim, um indivíduo pode dar crédito a uma informação recebida por um parente ou amigo simplesmente pelo laço social. Aduz-se a este cenário um certo grau de desconfiança nas mídias em geral, já que mais de 48% afirmaram que não confiam em nenhuma mídia.

Ainda sobre o tema das redes sociais, 86% afirmam que as vezes compartilham informações nas redes sociais e 73% dizem utilizar de algum critério para analisar a informação antes de compartilhar. Isso demonstra que os pesquisados têm algum nível de consciência quando propagam as informações que recebem.

Em relação aos critérios utilizados para analisar se uma informação é falsa, 74% afirmam que leem na íntegra antes de compartilhar e 76% verificam em outras fontes e 59% afirmam verificar a data. Porém, mais de 50% já compartilhou alguma informação que descobriu ser falsa posteriormente.

Ao perceberem que compartilharam uma notícia falsa, 71% dizem ter excluído a postagem imediatamente, 44% dizem ter avisado para quem enviou e 33% avisaram a quem reagiu a postagem. Em todos os casos, a notícia infelizmente já havia sido propagada e em todos os casos as atitudes são pouco eficazes na retenção da cascata de informações falsas e se tornam apenas paliativas. Ainda assim, é uma forma de gerenciamento dos danos.

Dos participantes da pesquisa, 65% afirmaram ter recebido informações falsas de colegas universitários. No entanto, 84% dos entrevistados declararam que informam o remetente quando percebem que a informação é falsa ou incompleta. Além disso, 84% dos participantes disseram que não se importariam em receber feedback similar sobre informações que compartilham.

Esses dados indicam que há uma parcela significativa de estudantes universitários que relatam ter recebido informações falsas de colegas. No entanto, é encorajador observar que a maioria dos entrevistados está disposta a corrigir a desinformação, informando o remetente quando identificam que uma informação é falsa ou incompleta. Isso demonstra uma atitude proativa em relação à promoção da precisão e confiabilidade das informações compartilhadas em um contexto acadêmico.

Além disso, o fato de que uma grande proporção dos entrevistados não se importaria em receber feedback de mesmo teor sobre suas próprias informações sugere uma disposição para aprender e corrigir possíveis equívocos. Isso ressalta a importância da cultura de verificação de informações e do compartilhamento responsável de conhecimento em ambientes acadêmicos.

É importante ressaltar a necessidade de promover a alfabetização midiática⁶ e a habilidade de discernir informações falsas, especialmente em um contexto universitário onde a busca por conhecimento e a troca de informações são fundamentais. Incentivar a verificação de informações, o diálogo aberto e a disposição para corrigir possíveis equívocos pode contribuir para a formação de estudantes universitários mais críticos e informados.

Quando questionados se acompanham líderes intelectuais ou artísticos nas redes sociais para orientar suas opiniões e influenciar suas decisões, a pesquisa revelou que cerca de 46% dos entrevistados responderam negativamente, indicando que não têm o hábito de seguir figuras públicas nessas plataformas. Por outro lado, 39% afirmaram que sim, às vezes, indicando que ocasionalmente procuram fontes de inspiração e orientação em líderes intelectuais e artísticos que seguem. E 15% dos entrevistados responderam que sim, frequentemente, demonstrando que eles tendem a buscar regularmente a orientação e influência dessas figuras em suas vidas pessoais e profissionais.

Vale lembrar que seguir líderes intelectuais ou artísticos nas redes sociais pode ser uma fonte importante de inspiração e motivação, mas é importante avaliar criticamente as informações fornecidas e as opiniões expressas por essas figuras públicas. Os usuários das redes sociais devem sempre verificar se as informações fornecidas são precisas e confiáveis, e tomar suas próprias decisões com base em sua própria análise e pesquisa.

Já quando perguntados em relação a saúde, 77% afirmam procurar por um médico, que é um representante de um conhecimento especializado e pautado na ciência. O que demonstra uma tendência dos participantes da pesquisa em confiar na ciência quando o assunto é saúde.

3.8. Enfrentamento da desinformação no Brasil e no Mundo

Para entender como organizações, empresas e países usam informações e espalham desinformação em campanhas, acadêmicos da Universidade de Oxford mapearam várias redes. A metodologia do relatório consiste em quatro etapas: análise

⁶ Livingstone (2004) define alfabetização midiática como a capacidade de acessar, analisar, interpretar e criar mensagens através de vários contextos.

de conteúdo de notícias, revisão de arquivos públicos, desenvolvimento de estudos de caso e consulta a especialistas. O relatório é resultado da observação e reflexão sobre o que é divulgado em 70 países das Américas, África, Ásia e Europa continental (FURNIVAL et al., 2019).

De acordo com o relatório, o Facebook continua sendo a rede social com maior compartilhamento e divulgação de informações falsas e manipuladas, como *as fake news*. Segundo o estudo, a rede de Mark Zuckerberg continua sendo a plataforma preferida para manipular os usuários. Evidências de campanhas planejadas foram encontradas em pelo menos 56 países. Segundo a pesquisa, a rede social ficou em segundo lugar em termos de influência do usuário e compartilhamento de notícias falsas. O WhatsApp ocupa o terceiro lugar em termos de influência. Segundo os pesquisadores, a rede social foi a maior divulgadora de desinformação no Brasil, Colômbia, Guatemala, Índia, Venezuela, Espanha, Zimbábue, Nigéria, Quênia e México. A propaganda tem sido utilizada como ferramenta de controle de informação em muitos regimes autoritários, muitas vezes gerando censura e ameaças de violência (FURNIVAL et al., 2019). O estudo do Reino Unido categorizou os tipos e objetivos de campanhas em países que operam sob tais regimes:

- 1 - Repressão aos direitos humanos fundamentais;
- 2- Difamação de adversários políticos;
- 3- Reprimir a dissidência política.

O compartilhamento de notícias falsas via redes sociais é um dos maiores problemas da internet atualmente. Entre 2017 e 2018, o número de países que lançaram campanhas de desinformação aumentou de 28 para 48. Em 2019, esse número chegou a 70. Além disso, vale ressaltar que os 140 caracteres do Twitter também podem servir como mecanismo de manipulação (FURNIVAL et al., 2019).

Segundo pesquisa da Reuters em junho de 2017, os brasileiros ficaram em segundo lugar no ranking mundial de autoconfiança na mídia, depois da Finlândia. Em 2019, uma nova pesquisa da IFA Global Press Conference (GPC) apontou momentos de desconfiança dos brasileiros no noticiário. A confiabilidade alcançou 41 pontos - 8 pontos abaixo do nível mínimo para ser considerado confiável. Considerando os meios de comunicação, nenhum deles pode preencher o vácuo deixado pela grande mídia.

Mesmo as redes sociais, apesar de sua crescente importância como fontes de informação nos últimos anos, têm muito pouca confiança de seu público. De acordo com o estudo da Global Press Conference (GPC), as redes sociais são as menos confiáveis de todas as fontes de informação, com um índice de confiança de 47%.

A mídia tradicional tem 63% de confiança, de acordo com a referida pesquisa. Se realmente não existe um vazio no debate entre as narrativas que tentam dar a melhor versão do mundo, parece que os próprios cidadãos estão preenchendo esse vazio. Ou é uma versão plausível da realidade, ou é apenas um sonho. Devido ao crescente fenômeno das fake news, os devaneios parecem estar abrindo espaço para a realidade factual.

No Brasil, espalhar notícias falsas agora é punido com até oito anos de prisão pela Lei 13.834/2019, aprovada em agosto depois que o Congresso derrubou o veto presidencial e aumentou as penas denúncia caluniosa com finalidade eleitoral.

O documentário “The Earth Is Flat” (EUA/2018) mostra como uma comunidade americana se formou em torno do debate sobre o formato da Terra. A obra demonstra como a psicologia social está no cerne de narrativas distantes da realidade, e como ela cria as versões mais alternativas para desafiar o *status quo*. É uma forma de ter uma ideia revolucionária, mesmo que seja absurda, ao mesmo tempo em que estimula o sentimento de pertencimento a um grupo. Portanto, o problema não é a forma da Terra, mas a verdade consensual de um mundo não resolvido, pelo menos para essas pessoas.

As informações que não representam com precisão a mensagem recebida não podem ser atribuídas a nenhuma das partes. Mesmo que o comportamento e os pensamentos do receptor sejam claros, atribuir responsabilidade exclusiva por notícias falsas ou desinformação é impossível devido à natureza da comunicação. A estrutura narrativa e a criação de mensagens simbólicas por meio de elementos representativos desempenham um papel fundamental no complexo processo de compreensão de como o corpo realiza um determinado movimento. Os conteúdos apresentados online devem ser pensados à luz da lógica do envolvimento que incentiva a participação. Isso porque os usuários participantes são incentivados pela proximidade de seus amigos, familiares e afins que repassam o conteúdo pelo reconhecimento de seus princípios, interesses e ideias relacionadas.

Uma pessoa pode vir a acreditar que jornais, rádios e televisões são os aspectos mais importantes da Era da Informação. Internamente, porém, eles sabem que o mais importante é o compartilhamento emocional diário e os pequenos eventos que não requerem utilidade. O aspecto mais fascinante da Era da Informação é a falta de informação; informação zero é mais interessante. Entender você é essencial — ver a si mesmo e interagir com uma comunidade é ainda melhor. Lidar com o mundo como indivíduo é necessário, mas não suficiente. Nossas observações se conectam a essa crença. Notícias falsas que usam sensacionalismo e linguagem dramática focam em eventos atuais com alto interesse. Eles usam imagens e discursos para criar uma sensação de alerta ou desafio em relação a situações de risco. Essa situação alarmista leva os membros a aderir aos comportamentos da comunidade por meio de seu primeiro "gatilho". Isso acontece porque um membro ativo e reconhecido deve interagir com a comunidade para manter a relevância ou o *status*.

Além dos eventos desencadeantes iniciais, o gatilho secundário é qualquer sentimento de identificação com a história que está sendo contada. Estes podem ser sentimentos de ameaça, raiva ou indignação pela injustiça na história. Ou pode ser a preocupação com a exposição a riscos potenciais à saúde. Para chegar ao terceiro "gatilho", precisamos examinar o ponto mais sensível de nossa investigação. Isso porque a credibilidade é determinada pelo método usado para compartilhar as informações — sejam elas provenientes de uma fonte conhecida ou não — e não pela origem da transmissão. Evidenciar a crença de Nietzsche (2003) na necessidade de buscar um "além-homem" vai além de aceitar os velhos padrões impostos pela sociedade. Em vez disso, enfatiza a necessidade de descobrir e romper com uma existência padronizada determinada por normas passadas. O objetivo dessa passa por definir a palavra "mitificação" de forma a compreender melhor o seu significado. Em suma, "mitificação" refere-se ao ato de simbologia inconsciente quando se identifica uma entidade como representação de propósitos múltiplos nem sempre racionalizáveis. Esta pesquisa requer olhar para os indivíduos e a sociedade ao seu redor para identificar tendências, aspirações e medos projetados. Uma vez encontrados, é possível criar uma narrativa que explique como essas emoções levaram a eventos que afetaram todo um período histórico.

As pessoas muitas vezes mitificam a comunicação de massa através do uso da história universal. Por exemplo, as pessoas usam programas de rádio e TV como

fontes, em vez de mídias sociais ou plataformas online. Por isso as referências à ideia de Nietzsche são importantes e devem ser observadas quando discutimos esse assunto. Se meu ponto de vista sobre a história for aceito, então as massas continuarão a escrever a história e a buscar leis que movam seus níveis mais baixos da sociedade. Nessa perspectiva, as massas criam leis a partir de suas necessidades e desejos. Isso pode levar a futuros grupos de egoísmo e saques. Por exemplo, futuras irmandades com propósitos mutuamente destrutivos podem evoluir desse processo. Além disso, vulgaridades utilitárias, como sistemas modernos de egoísmo individual, podem surgir observando o movimento das massas na história. Portanto, tudo bem se as massas deixarem de existir para se preparar para essas mudanças necessárias.

O contexto observado reforça o poder de influência entre os usuários e padroniza suas relações por meio da adesão aos valores e comportamentos esperados pelo grupo. Por meio da participação em um ambiente virtual, os usuários estabelecem semelhanças entre si e acabam direcionando informações específicas que reforçam ideias, princípios e crenças. Essa relação paradoxal entre autonomia do usuário e intencionalidade da mídia é explorada por meio da análise da estrutura apontada das características compartilhadas entre os usuários. O nivelamento social resulta na formação de pressupostos interdependentes que concedem poder. Porém, isso ocorre por meios controlados com diferentes modelos e situações direcionando o processo.

Porque uma sociedade mediana e equilibrada com distúrbios psicológicos e complexos de inferioridade exige isso, um herói positivo precisa exceder os requisitos de poder com um nível de força quase inconcebível. O herói deve ser forte o suficiente para superar as exigências da sociedade industrial e suas máquinas que controlam os movimentos das pessoas. Isso é necessário porque muitos cidadãos comuns não têm o poder de satisfazer suas demandas. A vereadora Marielle Franco, assassinada no dia 14 de março de 2018, pode ser considerada uma vítima póstuma de *fake news*. Após o ocorrido, várias notícias falsas circularam sobre sua suposta ligação com o crime organizado e o tráfico de drogas no Rio de Janeiro.

As pessoas usam as conversas cotidianas como uma forma de se conectar e compartilhar sentimentos, emoções e momentos. Essas motivações lúdicas, oníricas e utilitárias fazem parte desse processo. Além disso, a comunicação oral também é uma atividade em que as pessoas se envolvem por vários motivos – desde

compartilhar informações até passar o tempo. Acrescenta-se a isso que as motivações utilitárias, intelectuais e práticas desempenham um grande papel em toda essa comunicação. A informação é um presente e um jogo; é também um mestre da comunicação. As pessoas gostam de assistir aos noticiários da televisão como puro entretenimento. Mas eles acreditam que as imagens representam algo mais substancial ao usar as palavras na tela para se informar.

Depois de discutir o assunto com amigos e/ou familiares, a informação pode não ter mudado absolutamente nada na vida de uma pessoa ou não ter fornecido nenhuma utilidade prática. No entanto, serviu como uma conexão, um motivo para estar com alguém, um assunto comum e um vínculo social. As pessoas buscam a socialização por meio de comunidades digitais. As pessoas aprendem a se relacionar com semelhanças, como crenças e tradições compartilhadas. Isso se reflete na maneira como as pessoas se comunicam online. As pessoas se comunicam intuitivamente e sem muito pensamento crítico. Isso ocorre porque as pessoas querem ser aceitas pelos outros membros da comunidade. Aqui, partimos do entendimento de que é necessário considerar o efeito das ferramentas tecnológicas além de seu impacto direto – o que não as torna decisivas – na promoção da disseminação de notícias falsas. Esses mecanismos incluem plataformas de mídia social e dispositivos tecnológicos.

Podemos mostrar a relação entre a forma como as pessoas se relacionam através das mídias sociais e como sua comunicação aumenta em escala. Isso se deve ao fato de que os algoritmos usados para sites de mídia social filtram as informações que as pessoas veem. Os mecanismos de pesquisa e os perfis de usuário podem ajudar os usuários a encontrar informações com base em seus interesses e hábitos. Isso é semelhante ao funcionamento do Facebook Direct Connect - ajuda os usuários a encontrar informações que outros mecanismos de pesquisa não encontram. Ao conectar-se ao Direct Connect, diferentes fontes de informação não estarão tão acessíveis quanto poderiam estar. Isso pode fazer com que os usuários percam fatos importantes porque não podem acessá-los facilmente. Esse efeito usa dados coletados dos hábitos e experiências de uma pessoa para determinar a precisão dos resultados ou conteúdo da pesquisa. A nova mídia usa esses dados para criar padrões para determinar o que é relevante.

Esses bancos de dados são bancos de dados básicos. Eles aparecem como coleções de elementos individuais nos quais o usuário pode navegar, pesquisar e alterar a aparência. Embora esses bancos de dados pareçam apenas uma coleção de dados, eles são, na verdade, muito diferentes dos projetos anteriores. Mais significativamente, a experiência do usuário desses bancos de dados é muito diferente de navegar em um site sobre arquitetura ou assistir a um filme. Foca-se na ideia de que os bancos de dados podem ser considerados um artefato cultural distinto. As pessoas podem usar bancos de dados para criar representações visuais do mundo, bem como filmes e livros. É criada uma percepção das tendências através de suas ideologias. Isso muitas vezes passa despercebido pelo público, que desconhece sua construção ideológica. Isso leva as pessoas a acreditarem em tendências míticas, o que leva as pessoas a perpetuá-las. Esse processo é chamado de “mitificação”.

A disseminação de informações por meio de ambientes virtuais reforça esse processo, pois os comportamentos e reações das pessoas são condicionados por essas ideologias. Um homem heterodirigido vive em uma comunidade com alto padrão de desenvolvimento tecnológico e uma estrutura econômica particular (provavelmente uma economia de consumo). Eles são constantemente bombardeados por propagandas, programas de TV e outras formas de persuasão que os incentivam a querer coisas específicas. Um homem que vive esse estilo de vida é isento de responsabilidade por meio do uso de canais pré-definidos. Eles não são forçados a pensar de forma irracional e criativa – em vez disso, suas ideias são propagadas por meio da manipulação cuidadosa de seu estado emocional. As pessoas que vivem nesse tipo de sociedade não promovem ideias por meio da reflexão ou do pensamento racional; eles o fazem por meio da exposição à propaganda.

Qualquer nova tecnologia filtra automaticamente as informações que recebe por meio de algoritmos e programas. Esses “filtros” apenas restringem os dados que podem ser vistos, em vez de acelerar a distribuição geral da informação. As novas tecnologias sempre incentivam as pessoas a usar cifras e pequenos grupos que criam uma reação em cadeia com base nas características e informações fornecidas por seus usuários. Isso incentiva mais pessoas a adotarem comportamentos semelhantes para maximizar o impacto de seu trabalho. As pessoas naturalmente gravitam em torno de informações que confirmem suas crenças mais do que a verdade, apesar da

rede estabelecida e dos fatores individuais. Isso se deve à popularidade das notícias falsas que se espalham pelas redes sociais, apesar de uma tendência dos divulgadores terem características diferentes. Os testemunhos de legisladores nos Estados Unidos sobre a atividade de bots e notícias falsas nos levaram a acreditar que o comportamento humano impulsiona a disseminação de informações falsas sobre informações verdadeiras.

Os *bots* são rapidamente integrados em sistemas automatizados. Em vez de tratar os *bots* como uma preocupação primária, as políticas de contenção de desinformação devem integrar intervenções comportamentais, como rotulagem e incentivos para desencorajar a disseminação de desinformação. Essa ação deve ser compreendida sob a ótica de que o compartilhamento é motivado pelo desejo de se posicionar em um grupo e ser aceito socialmente. A motivação por trás do compartilhamento reflete o estado da sociedade pós-moderna, onde as pessoas têm identidades múltiplas, mas não têm mais identidade. Isso leva à criação de pequenas comunidades com normas e costumes específicos. Novas tecnologias permitiram a disseminação de notícias falsas mais rapidamente do que nunca.

No entanto, as pessoas ainda influenciam as informações em que escolhem acreditar, formando relacionamentos com outras pessoas. Isso é conhecido como “afinidades eletivas” e cria hábitos que reforçam diretamente as crenças atuais. As pessoas também usam seus relacionamentos para direcionar ações para atender aos padrões. Entendemos que as notícias falsas são um fenômeno social que foi potencializado pelas novas tecnologias. O conceito de “além do homem” de Nietzsche apresenta uma posição difícil para a sociedade na pós-modernidade. Afirma que o indivíduo deve questionar os padrões e crenças predefinidos para desenvolver uma mentalidade crítica sobre os mecanismos tecnológicos e seus impactos. Isso pode ajudar o indivíduo a combater problemas causados por mecanismos de difusão. Essa perspectiva mostra o potencial de um ideal utópico que deve ser alcançado para combater suas causas.

CONCLUSÃO

No contexto histórico desta pesquisa, observou-se uma conexão entre a crise econômica de 2008 nos Estados Unidos, que causou uma forte instabilidade social em vários países. Isso desencadeou uma onda crescente de populismo conservador em todo o mundo, como apontado por Da Empoli (2019).

No Brasil, as manifestações de junho de 2013 foram impulsionadas pela disseminação de notícias falsas através das redes sociais, amplificadas pela mídia hegemônica, gerando uma sensação de caos social. Nesse contexto, percebe-se que a grande mídia também pode ser veículo de informações falsas e fonte de manipulação. Entretanto, é importante notar que até o momento desta pesquisa, não existe uma regulamentação ampla e concreta das redes sociais no Brasil e de sua responsabilidade em relação ao conteúdo disseminado.

Enquanto as empresas da mídia hegemônica, como televisão, rádio e jornais, são regulamentadas há muitos anos no Brasil e, portanto, podem ser responsabilizadas pelo conteúdo que veiculam, há uma falta de compreensão sobre o papel das plataformas de redes sociais como veículos de comunicação, informação e notícias, principalmente devido ao poder econômico por trás dessas grandes empresas.

As *fake news* e as teorias da conspiração não foram os únicos fatores por trás da onda conservadora populista que levou Trump à presidência dos Estados Unidos e ao impeachment da presidente Dilma Roussef no Brasil, assim como ao crescimento do bolsonarismo. No entanto, é possível concluir que, no cenário de instabilidade econômica e social, discursos baseados em desinformação contribuíram para o crescimento de movimentos conservadores, golpistas e o fortalecimento do bolsonarismo.

A revisão bibliográfica sistematizada realizada neste estudo foi possível perceber a forte relação entre as novas tecnologias da informação e da comunicação para disseminação de informações falsas. Conforme Da Empoli (2019) o uso de dados pessoais e de algoritmos também impulsionaram a disseminação de informações falsas criando uma espécie de método replicável para criação de audiências nas redes sociais da internet baseado em desinformação. Zuboff (2021) considera o capitalismo

de vigilância um novo sistema econômico que se concentra na coleta de dados em vez de analisar a honestidade do conteúdo compartilhado nas redes.

A pesquisa aplicada revelou dados importantes. 67% selecionaram as mídias sociais como principal fonte de informação. Levantando a discussão de como essas redes sociais da internet tem sido ressignificadas como meios de comunicação.

Embora a maior parte dos pesquisados tenha respondido que usa critérios para o compartilhamento de informações uma parcela significativa de 23% afirma usar somente as vezes. O que corrobora a ideia de que a decisão nem sempre é crítica e racional.

Alguns pesquisadores acreditam que o problema é exacerbado pela prevalência de algoritmos de mídia social. O governo Bolsonaro espalhou mentiras e informações falsas; também radicalizou a polarização e as negações da ciência. Como resultado, eles não representaram com precisão as políticas públicas. Em vez disso, grupos da sociedade civil, professores, precisaram – e ainda precisarão - lutar para que as escolas brasileiras permaneçam como espaços democráticos de diálogo e educação. Além disso, esses movimentos permaneceram firmes no combate à disseminação de desinformação pelas Universidades e pelo governo Bolsonaro.

Foi possível observar a forma como aqueles meios de comunicações que trabalham no formato audiovisual tendem a serem mais compartilhados e possuem maior credibilidade do que matérias jornalísticas escritas e publicadas, muitas vezes, mesmo que em grandes veículos renomados. Tal realidade deriva do fato de que o discurso de poder, utilizado por figuras políticas, exerce influência nesse cenário.

Para entender o que está sendo dito em um determinado ensaio, um observador precisa olhar para a linguagem como um sistema formal com implicações para a história e a sociedade. Ao discutir política, as pessoas geralmente fazem julgamentos de valor ambíguos e difíceis de entender. Eles usam frases como “irracional” ou “duvidoso” para descrever suas ideias e raciocínios. Isso ocorre porque as figuras políticas querem demonstrar que são lógicas e confiáveis criando uma atmosfera psicológica positiva. Eles querem que as pessoas aceitem suas ideias, então usam uma linguagem que apela para emoções e estereótipos.

Ao influenciar as opiniões das pessoas, as figuras políticas tentam ajudar a moldar o ambiente social em que vivem. Pessoas em uma relação de dominação têm poder diferente sobre o outro. Essa estrutura é representada pela linguagem porque

é o meio pelo qual a política estatal funciona. Quando as decisões políticas são tomadas, dois elementos importantes entram em jogo: linguagem e ação.

A linguagem é composta pelas declarações de alguém, como elas são transmitidas e para quem são direcionadas. Também desempenha um papel integral na relação recíproca entre as pessoas que participam da troca social. A prática política efetiva requer a compreensão correta do discurso dos atores políticos. Fazer isso revela se os objetivos de bem-estar social que seus discursos públicos visam alcançar estão sendo alcançados ou subvertidos por suas mudanças políticas. É assim que os atores políticos reformulam as demandas da sociedade por meio do discurso e influenciam as relações sociais.

Conseqüentemente, é crucial que as pessoas em uma determinada sociedade compreendam o significado ideológico dos discursos que as figuras políticas proferem. A visão de mundo de um líder político é formada pela manipulação de percepções, fatos e verdades. Eles mudam a forma como as pessoas veem o mundo para se adequar à sua agenda. Este processo é facilitado com as habilidades adquiridas através da oratória. Usando lógica e retórica, um líder pode alterar a percepção do público sobre uma situação. Isso pode ser visto em como eles obscurecem suas reais intenções, ao mesmo tempo em que encobrem quaisquer conseqüências negativas de sua ação.

Considerações práticas não devem impedir uma figura política de usar a retórica para uma argumentação eficaz; na verdade, as técnicas retóricas devem levar o público a chegar a um consenso e a se sentir submisso. Um político precisa entender o poder da retórica para reunir opiniões, avaliar ideias concorrentes e tirar conclusões. Isso os leva a chegar a um consenso ou rejeitar opiniões opostas.

De qualquer forma, a retórica eficaz fornece práxis ao guiar o argumento em direção a uma causa final – levando os políticos a tirar certas conclusões com base em proposições amplamente aceitas. De acordo com Aristóteles, política, retórica e dialética compartilham um objetivo semelhante. O filósofo afirmou que o pensamento das pessoas deve ser baseado no conhecimento comum para ser considerado “dialético”. Ao utilizar essa definição, as pessoas podem expressar suas opiniões e argumentar usando um bom raciocínio.

A análise do discurso parte das ideias de Foucault para discutir ideologia com o materialismo histórico de Marx. Ele também incorpora as ideias teóricas de Althusser

– tanto ideológicas quanto discursivas – em sua estrutura. Por meio dessas influências, Pesqueux elabora sua teoria da Formação Ideológica (FI) e da Formação Discursiva (DF). Um Marco Discursivo pode ser considerado a “ponta do iceberg” que determina quais questões podem e devem ser abordadas pelo Estado. É o lugar onde as posições ideológicas de um determinado processo sócio-histórico são realmente exibidas.

As DFs não existem “em si mesmas”, mas crescem a partir dos conflitos ideológicos de um estado. O DA deve muito ao trabalho de Michel Foucault, que teve muitas de suas ideias. Foucault acreditava que todas as afirmações fazem parte de um discurso maior e que é impossível se libertar de sua influência. Ele pensava no discurso como o efeito de uma única verdade que ele testemunhou em primeira mão. Como tal, ele acreditava que cada afirmação no discurso ajuda a construir uma realidade no mundo. Como reflexão sobre a natureza do discurso, as regras anônimas da história determinam constantemente o tempo e o lugar.

Essas regras definem um tempo e local específicos para as pessoas falarem com significado linguístico, geográfico ou econômico. Michel Foucault acredita que essas regras históricas criam um suporte institucional para o discurso e também mantêm sua materialidade. O discurso não é sobre encontrar verdades através da lógica; é sobre eventos históricos concretos. O discurso não se encerra em seus limites. Em vez disso, procura estabelecer sua identidade examinando outras formações discursivas ou por trocas interdiscursivas.

O discurso desenvolve sua identidade por meio da interação com outros discursos: mantém relações como polêmicas, harmônicas e muito mais. Em um determinado momento histórico, um IF elicia os DFs relevantes por meio da linguagem; essas definições determinam então o que pode e deve ser dito. Por meio desse processo, o discurso cria uma memória coletiva que ajuda a aprofundar a relação entre a linguagem e os processos sócio-históricos. Essa capacidade de reprimir declarações permite que o discurso crie uma narrativa que se repete no tempo e no espaço.

Um discurso não é um sistema de ideias, nem é composto de múltiplas camadas. Em vez disso, é um sistema de regras que limita os significados específicos de uma declaração. Segundo Descartes, os discursos são formados graças a

sistemas de categorias e regras semânticas. Essas restrições ajudam um discurso a existir ao lado de outros, proporcionando unidade por meio da auto completude.

O discurso é mais do que apenas um fenômeno linguístico; é uma prática cultural de abrangência maior. Deve-se ver o discurso da perspectiva da cultura e dos costumes em vez de apenas palavras. Dadas as revelações feitas, fica claro que o discurso abrange mais do que apenas um esforço intelectual. Um discurso é mais do que um meio de comunicação e informação compartilhada. Porque as pessoas constroem seu próprio discurso incorporando seus próprios significados ou sendo subsumidos por eles, os efeitos de um discurso podem ser vistos na forma como as pessoas se relacionam umas com as outras e no modo como a história progride.

Antes de os palestrantes começarem a fazer seus discursos, eles devem seguir diretrizes específicas. Essas diretrizes determinam o tipo de discurso que uma pessoa entrega, incluindo a maneira pela qual ela apresenta sua mensagem e a linguagem que usa. As pessoas devem seguir essas regras porque elas as ajudam a criar discursos eficazes. Compreender essas regras e rituais permite que as pessoas tenham um bom desempenho em qualquer tipo de discurso enquanto criam uma apresentação envolvente.

O discurso é um método poderoso de convencer outra pessoa. Pode ser usado para apelar às emoções, persuadir os outros através da lógica e conectar as pessoas através do compartilhamento de conhecimento. Por sua natureza persuasiva, o discurso existe desde o início da história humana. Ajuda a conectar pessoas e compartilhar informações; portanto, ele precisa ser discutido para ser eficaz. A natureza específica da política deve ser compreendida antes de considerar imagens e ideologias em relação à ética. Fazer isso também ajudará a entender as diferenças entre ideias e ideologias, bem como o raciocínio por trás de porque isso é tão importante.

Considerando a maneira como a política funciona, fica claro que a necessidade de habilidades afinadas aumenta a cada candidato político. As pessoas que vivem em um estado de maior suspeita percebem essa disparidade entre a retórica verbal e as ações concretas. Conseqüentemente, as pessoas se sentem alienadas das agendas e decisões de seus líderes. Os políticos definem seus discursos para valorizar sua imagem e suas ações; eles não necessariamente usam crenças de senso comum para conseguir isso. Em vez disso, os políticos usam discursos para legitimar suas

ações e governo enquanto criam a melhor ilusão possível de que criaram um mundo melhor. Por trás de cada argumento político está um jogo subjacente de interesses e aparências.

Esses dois conceitos requerem habilidades retóricas para serem bem-sucedidos. Uma vez que essas técnicas são implantadas na esfera pública, elas têm o poder de persuadir ou convencer aqueles que pretendem ser convencidos. As pessoas compartilharão as ideias do orador e chegarão a um consenso entre si. Isso ocorre porque é improvável que as pessoas refutem explicitamente as premissas apresentadas; se o fizessem, o consenso não seria possível. Qualquer argumento começa com um acordo por parte de seu público sobre o que é o argumento. Isso pode ser um acordo sobre as premissas implícitas ou os links lógicos específicos usados. O início de um argumento também depende do progresso da tese do orador, e é por isso que as pré-condições do debate já devem existir para que ele comece.

As pessoas usam as crenças que já possuem para apoiar seus argumentos ao falar em público. Esse processo, denominado discurso político, se desenvolve por meio da capacidade de convencer ou persuadir, da capacidade de lidar retoricamente com a realidade e do uso de ideias previamente aceitas para sustentar argumentos. As pessoas demonstram traços de personalidade que são percebidos como positivos ao debater em fóruns públicos. Essa é a abordagem adotada por Aristóteles ao discutir evidências persuasivas em discussões sobre temas judiciais e deliberativos.

Comunicar-se efetivamente requer a compreensão de um papel específico que suas ações e declarações legitimam. Esse papel não está claramente definido, mas pode ser demonstrado através da expressão de cada um. Embora os políticos nem sempre tenham definições claras para seus papéis, eles se comunicam de forma eficaz, afirmando o que pretendem ser em vez do que realmente são. O *ethos* deve ser percebido como sujeito de uma performance oratória – não como uma entidade independente – porque está intrinsecamente ligado ao significado de uma palavra, seu uso no discurso e seu papel na sociedade.

O discurso político é projetado para atingir o máximo de conformidade de um público-alvo. Estabelece um contrato destinado a criar e propagar ideias, fatos e verdades. Isso é alcançado por meio da criação persuasiva de declarações políticas destinadas a forjar percepções públicas de lealdade. A legitimação é necessária para

justificar o direito de agir de qualquer forma ou a razão de agir de qualquer forma. Isso porque a política gira em torno de enunciados discursivos e tudo depende disso.

Qualquer discurso político precisa convencer muitas pessoas de sua verdade para sobreviver. E é ameaçado quando sua verdade não é aceita pelo povo. Por isso, todo discurso político precisa alavancar a força de suas ideias por meio da competição com outras ideologias. Sua condição está em constante mutação, mas ele só é construído pela desconstrução do outro. Conseqüentemente, ele é frágil e dinâmico; sua impermanência é facilmente aparente. O aspecto mais importante de qualquer argumento é determinar os pensamentos do público.

Compreender isso permite ver através de quaisquer tentativas do falante de convencê-los da validade de suas declarações. Por causa disso, fica claro que os fatos e o raciocínio em um argumento geralmente falham. Em vez de provar as alegações do orador, muitas vezes provam que o que ele diz não é verdadeiro ou útil. Isso se aplica mesmo quando os fatos declarados são verdadeiros. Um orador precisa usar todos os meios possíveis para construir sua credibilidade e confiabilidade. Ele precisa usar argumentos legítimos para desconstruir qualquer negatividade sobre seu discurso. E ele precisa persuadir sem deixar escapar sua opinião pessoal sobre o assunto.

A autoimagem de um líder político permite que eles criem várias personas que os ajudam a esconder sua verdadeira identidade. Isso os ajuda a criar a imagem pública ideal, projetada para minar qualquer reputação ou percepção negativa. Ao criar a persona pública ideal, eles também podem ajudar a moldar as declarações que fazem para motivar as pessoas a apoiar sua causa. Qualquer discurso político deve usar métodos de influência e manipulação para atingir seus objetivos. Isso pode ser feito usando meios psicológicos, sociológicos, ideológicos e até emocionais para influenciar as pessoas.

As pessoas podem ser levadas a seguir as ideias do discurso por meio do afeto, desencadeando mudanças em suas crenças e tornando-as fiéis ao discurso. Criar entendimento entre figuras políticas e o público em geral é o principal objetivo dos políticos. Isso pode ser feito por meio de métodos retóricos poderosos, como a argumentação. Manipular ferramentas de tomada de decisão e convencer o público também são alguns de seus benefícios.

A disseminação de informações falsas, sobretudo em uma era de vídeos curtos e virais, pode ser uma arma política e ideológica capaz de motivar atos violentos e até mesmo mortes, destruindo reputações e relações. Porém, é preciso que haja a compreensão da intenção na disseminação dessas informações é primordial, uma vez que ao identificar a ausência de verdade de uma informação, caso isso tenha ocorrido por engano, o indivíduo tende a excluí-la e avisar sobre o equívoco a aqueles que ele realizou o envio. Enquanto isso, quando essa disseminação ocorre de forma intencional, a veracidade da informação pouco importa, o que motiva esse ato é a validade dessa informação falsa na guerra ideológica traçada em território nacional.

Prado (2022) se concentra em como a desinformação se espalha, em vez de apenas em seu conteúdo falso. Prado investigou o que causa notícias falsas em vez de apenas seu conteúdo impreciso – que ela estudou durante o período eleitoral. Prado escreveu sua pesquisa de pós-doutorado na Escola de Comunicações e Artes da USP, que lançou seu livro em julho de 2022. Muitas pessoas discutem notícias falsas durante as eleições presidenciais. A campanha presidencial de Donald Trump nos Estados Unidos começou a chamar a grande imprensa de "fraudulenta" por publicar mentiras. Uma das razões de Prado preferir essa expressão é óbvia: notícias falsas não podem ser informações verdadeiras.

A indústria de notícias falsas tem uma taxa de crescimento extremamente rápida. É devido ao fato de que não há muito controle sobre os mensageiros instantâneos, afirma o escritor. As pessoas usam plataformas digitais para divulgar suas falsificações com bots e alta velocidade. Para reduzir a quantidade de notícias falsas em longo prazo, o pesquisador sugere o uso de ferramentas como soluções para combater a desinformação. Uma maneira é por meio de diretrizes legais que impõem a necessidade de regulamentação governamental. Magaly Prado integra o grupo de pesquisa Jornalismo, Direito e Liberdade. Ela pesquisou projetos de lei e possíveis restrições a notícias falsas. A autora discutiu possíveis restrições e projetos de lei que ela pesquisou com outros pesquisadores. Recentemente, as notícias falsas foram proibidas e os perpetradores foram multados ou destituídos do cargo. A educação para a mídia também envolve pensamento crítico e questionamento de qualquer informação compartilhada. As pessoas podem dizer facilmente se as informações são falsas ou mentiras sem perceber. Por acreditar firmemente nisso, ela precisa manter essa crença para atingir seus objetivos.

Ao trabalhar com as emoções dos outros, ela ajuda as pessoas a entenderem seu ponto de vista. Um *blockchain* é um formato digital seguro para armazenar dados. É composto de blocos de informações vinculados que tornam quase impossível alterar as informações sem ser notado. Alguns hackers conseguiram se infiltrar em plataformas *blockchain* e alterar informações. No entanto, é muito mais difícil atacar um *blockchain* do que qualquer outra mídia digital. Os criadores de notícias falsas precisam apenas pular mais um aro para publicar seu trabalho. Ao remover essa barreira, você ficará à frente e prejudicará os esforços dos falsificadores.

Prado (2022) menciona verificar as agências de notícias em busca de notícias falsas como uma forma de aliviar seu sofrimento. Claro, o trabalho é difícil devido à sua extensão: pode levar meses para uma agência declarar falsa uma nova história falsa. Também é difícil saber se essas agências atingem seu público-alvo — às vezes, não. As agências de checagem assumem muitos públicos e ainda assim não conseguem agradar a todos. Não importa quantas pessoas participem de um grupo como o *WhatsApp*, isso não terá impacto, pois não seguem outras agências de verificação. Os atuais sistemas de IA não são capazes de detectar a subjetividade. Isso representa uma ameaça porque notícias falsas fazem com que pessoas sejam mortas e perseguidas. Não importa quais ferramentas de detecção existam, ninguém apresentou uma solução para esse problema, de forma plena e integral.

O problema das *fake news* precisa ser considerado uma questão de longo prazo. As pessoas precisam ter cuidado com o que publicam e compartilham nas redes sociais e aplicativos de mensagens porque as *fake news* são muito poderosas. A responsabilidade por isso é de quem compartilha informações por meio desses aplicativos ou redes. Os usuários precisam garantir que as informações que distribuem são reais ou falsas, examinando suas origens e verificando-as antes de compartilhá-las. Fazer isso ao contrário produzirá a Contra-Divulgação, que envolve classificar as *fake news* como tal e, em seguida, refutar as informações que as pessoas acreditavam ser verdadeiras. Este processo requer todos os envolvidos, o que inclui usuários e aqueles que criam informações online. É fundamental verificar qualquer notícia compartilhada nas redes sociais analisando sua fonte. Isso ocorre porque muitas notícias falsas são divulgadas nessas plataformas.

Antes de compartilhar qualquer informação, é fundamental confirmar a validade da história, verificando as credenciais do site, a data de publicação e se ela foi desmascarada por outras fontes. Ao fazer isso, podemos ter certeza de não espalhar desinformação na internet e em nossas interações sociais diárias. O governo do estado do Brasil começou a implementar programas educacionais para ajudar a promover uma sociedade mais saudável. Um exemplo é o livreto “Evite notícias falsas”, que defende a educação das pessoas sobre o clima social atual, a fim de ajudar a distinguir entre dados factuais e informações falsas.

Além disso, esses programas devem ser implementados nas novas gerações – o que significa que as escolas devem se envolver. Atualmente, muito pouco esforço é feito para criar uma solução legal para as *fake news*. No entanto, a ideia já foi apresentada por órgãos da União, Estados e Municípios. Essas ações judiciais são de extrema importância porque apresentam perigosas pragas sociais; *fake news* causa declínio social através do uso antiético de liberdades constitucionais. Como representante do público, o Estado tem o dever de defender e proteger a sociedade. No entanto, é limitado pelos direitos de outros cidadãos e não pode impor liberdade absoluta. Quando as *fake news* se tornam um problema na sociedade, o controle político do Estado é inevitável. No entanto, essa abordagem não deve ser autoritária; em vez disso, deve ser de natureza democrática com discussão pública sobre a melhor forma de resolver problemas e implementar soluções. Muitos esforços para combater notícias falsas estão em andamento. Novas leis e programas educacionais podem ser implementados em resposta ao fenômeno das notícias falsas. No entanto, o tema *fake news* continua sendo um desafio recente e difícil. Pela rapidez com que muda e espalha suas narrativas, muitas questões ainda permanecem sobre ela.

REFERÊNCIAS

AGGIO, C. Internet, eleições e participação. Questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanha Online. In: MAIA, R.C.M.; GOMES, W.; MARQUES, F.P.J.A. (Orgs.) Internet e participação política no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2011.

AGGIO, Camilo; REIS, Lucas. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. *Revista Compólitica*, Rio de Janeiro, v. 2, n.3, p. 156-188, 2013.

ALEXY, Robert. Teoria dos direitos fundamentais. Trad. Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, p. 2008.

ALVARENGA, Marle dos Santos *et al.* Influência da mídia em universitárias brasileiras de diferentes regiões. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 59, p. 111-118, 2010.

BAQUERO, Marcello; VASCONCELOS, Camila de. Crise de representação política, o surgimento da antipolítica e os movimentos apartidarismo no Brasil. In: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política-COMPOLÍTICA. 2013.

BIANCHINI, Gustavo. Notícias falsas como artifício de difamação: Fake news de temas sexuais como estratégia conservadora no contexto das guerras culturais. 7º Encontro de divulgação de ciência e cultura. 2020, p. 64-73.

BOBBIO, Norberto, 1909 - A era dos direitos / Norberto Bobbio; tradução Carlos Nelson Coutinho; apresentação de Celso Lafer. — Nova ed. — Rio de Janeiro: Elsevier, 2004, p. 7.

BONAVIDES, Paulo. Curso de Direito Constitucional. 25. d. atual. São Paulo: Malheiros, 2010.

BONFIM, Carolina Santos; DE PAULA GARCIA, Pedro Maciel. Investigando a “Terra plana” no YouTube: contribuições para o ensino de Ciências. *Revista de Ensino de Ciências e Matemática*, v. 12, n. 3, p. 1-25, 2021.

BRAGA, Renê Moraes da Costa. A indústria das fakenews e o discurso de ódio. In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 203-220.

BRAGHINI, Katya Mitsuko Zuquim. Juventude e pensamento conservador no Brasil. EDUC-Editora da PUC-SP, 2016.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à análise do discurso. In: Introdução à análise do discurso. 2009. p. 117-117.

BRASIL. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Ministério da Educação e da Cultura. Portal de Periódicos. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br>>. Acesso em: 30 nov. 2019.

BUCCI, Eugênio. Seriam as fake news mais eficazes para campanhas de direita? Uma hipótese a partir das eleições de 2018 no Brasil. *NOVOS OLHARES*, v. 8, p. 21, 2019.

CALDAS, Camilo Onoda Luiz; CALDAS, Pedro Neris Luiz. Estado, democracia e tecnologia: conflitos políticos e vulnerabilidade no contexto do big-data, das *fake news* e das shitstorms. *Perspectivas em Ciência da Informação*, [s.l.], v. 24, n. 2, p.196-220, jun. 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/3604>.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes. *Direito Constitucional e Teoria da Constituição*. 7. ed. Coimbra: Almedina, 2003.

CHAUÍ, Marilena. *Ideologia e Educação: educação e sociedade*. São Paulo, v. 2, n. 5, p. 24-40, 1980.

CHAUÍ, Marilena. *O que é Ideologia?* São Paulo: Editora Brasiliense, 1980.

COSTA, Barbara Regina Lopes. Bola de neve virtual: o uso das redes sociais virtuais no processo de coleta de dados de uma pesquisa científica. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, v. 7, n. 1, 2018.

DE ALBUQUERQUE, Afonso; QUINAN, Rodrigo. Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “Professor Terra Plana”. *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 13, n. 3, p. 83-104, 2019.

FIGUEIREDO, R. *O que é Marketing político*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. Contexto, 2001.

FONSECA, Alexandre Brasil; DIAS, Juliana (Org.). *Caminhos da Desinformação: evangélicos, fake news e WhatsApp no Brasil? Relatório de Pesquisa*. 1. ed. Rio de Janeiro: NUTES/UFRJ, 2021. v. 1. 93p.

FONTELLA, Claudio Dutra. Propaganda Eleitoral – uma síntese atual. In: RAMOS, André de Carvalho (Org.). *Temas de Direito Eleitoral no século XXI*. Brasília: Escola Superior do Ministério público da União, 2012. p. 397-420

GALLOIS, Dominique Tilkin. “Nossas falas duras” Discurso político. *Pacificando o Branco: Cosmologias do contato no norte-amazônico*, p. 205, 2002.

GARCIA, Elias. Pesquisa bibliográfica versus revisão bibliográfica-uma discussão necessária. *Línguas & Letras*, v. 17, n. 35, 2016.

GERMANO, José Willington. O discurso político sobre a educação no Brasil autoritário. *Cadernos Cedes*, v. 28, p. 313-332, 2008.

GONZÁLEZ, José Ignacio Niño; CABRERO, Mario Barquero; GARCÍA, Enrique García. *Opinión pública e infoxicación en las redes: los fundamentos de la post-verdad*. *Vivat Academia*, [s.l.], n. 139, p.83-92, 14 jun. 2017. *Forum Internacional de Comunicacion y Relaciones Publicas - FORUM XXI*. <http://dx.doi.org/10.15178/va.2017.139.83-94>.

GOTTI, Alessandra. Direitos sociais: fundamentos, regime jurídico, implementação e aferição de resultados. São Paulo: Saraiva, 2012.

GUESS, A. M.; NAGLER, J.; TUCKER, J. A. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. v. 5, n. 1, 1 jan. 2019.

KONDER, Leandro. A questão da ideologia. Editora Companhia das Letras, 2002.

KONDER, Leandro. A questão da ideologia. São Paulo: Companhia.

LAFER, Celso. A Reconstrução dos Direitos Humanos. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

LIRA, Ariana Galhardi *et al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, v. 66, p. 164-171, 2017.

LIVINGSTONE, Sonia. Active Participation or just more information? Young people's take up of opportunities to act and interact on the internet. Information, Communication & Society, v. 8, n. 3, p. 287-314, 2004.

MAAR, Wolfgang Leo. O que é política? São Paulo: Editora Brasiliense, 1982.

MAAR, Wolfgang Leo. O que é política? São Paulo: Editora Brasiliense, 1982.

MAGALLÓN-ROSA, Raúl. *La biblioteca digital sobre Donald Trump. Fact-checking frente a fake news.* Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, [s.l.], v. 24, n. 1, p.273-282, 18 jun. 2018. Universidad Complutense de Madrid (UCM).

MANHANELLI, C.A. Estratégias eleitorais: marketing político. 1. ed. São Paulo: Summus, 1988.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de Metodologia Científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C. Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas on-line. Revista Galáxia, v.1,n. 22, p. 208-221, 2011.

MARTINS NETO, João dos Passos. Direitos fundamentais: conceito, função e tipos. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

MARTINS, G. D. A.; THEÓPHILO, Carlos Renato. Metodologia da investigação científica. São Paulo: Atlas, p. 143-164, 2009.

MAX PLANCK SOCIETY (Regensburg). *University Library Of Regensburg. Electronic Journals Library.* 2019. Disponível em: <<http://rzblx1.uni-regensburg.de>>. Acesso em: 30 nov. 2019.

MEIRELES, Ana Cristina Costa. A Eficácia dos Direitos Sociais. São Paulo: Podivm, 2008.

MENDES, Gilmar Ferreira Mendes; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. Curso de Direito Constitucional. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2016

MENDES, Gilmar Ferreira, Curso de direito constitucional / Gilmar Ferreira Mendes, Paulo Gustavo Gonet Branco. – 12. ed. rev. e atual. – São Paulo: Saraiva, 2017, p. 128.

MENDONÇA, Naiane. O Fenômeno das “fake news” no Direito Brasileiro: Implicações no Processo Eleitoral. VirtuaJus, Belo Horizonte, v. 4, n. 6, p. 294-316, 1º sem. 2019 – ISSN 1678-3425

MOLL NETO, Roberto. Reagnation: a nação e o nacionalismo (neo) conservador nos Estados Unidos (1981-1988). Niterói, Universidade Federal Fluminense, 2010. pg. 68

MONTEIRO, Felipe Mattos; CARDOSO, Gabriela Ribeiro. A seletividade do sistema prisional brasileiro e o perfil da população carcerária: um debate oportuno. Civitas-Revista de Ciências Sociais, v. 13, n. 1, p. 93-117, 2013.

MOREIRA, Jacqueline de Oliveira. Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade. Psicologia para América Latina, n. 20, p. 0-0, 2010.

MUNIZ, E. Marketing Político, conceitos e definições, 2004.

MUSSALIM, Fernanda. Análise do discurso. Introdução à linguística: domínios e fronteiras, v. 2, n. 2, p. 101-142, 2001.

NETO, João da Cruz Gonçalves. Os direitos humanos na filosofia conservadora de R. Scruton. Revista Interdisciplinar de Direitos Humanos, v. 7, n. 2, p. 169-193, 2019.

NIETZSCHE, Friedrich. Assim falou Zaratustra. São Paulo: Editora Martin. Claret, 2003.

NOBRE, Marcos. Choque de democracia: razões da revolta. Editora Companhia das Letras, 2013.

OLIVEIRA, Thaianne. Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. Fronteiras-estudos midiáticos, v. 22, n. 1, p. 21-35, 2020.

OLSEN, Ana Carolina Lopes. Direitos fundamentais sociais: efetividade frente a reserva do possível. Curitiba: Juruá, 2008.

PANGRAZIO, Luci. *What's new about 'fake news'? Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait.* Páginas de Educación, [s.l.], v. 11, n. 1, p.6-15, 4 abr. 2018. Universidad Católica de Uruguay. <http://dx.doi.org/10.22235/pe.v11i1.1551>.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. Responsabilidade civil. Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 1998.

PEREIRA, José Matias. Manual de gestão pública contemporânea. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PÉREZ, Carlos Rodríguez. *No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones*. Comunicación, [s.l.], n. 40, p.65-74, 2019. Universidad Pontificia Bolivariana. <http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>.

PINTO, Céli Regina Jardim. Elementos para uma análise de discurso político. *Barbarói: revista do Departamento de Ciências Humanas e do Departamento de Psicologia*. Santa Cruz do Sul, RS. N. 24 (jan./jun. 2006), p. 78-109, 2006.

PIOVESAN, Flávia. Direitos Humanos e os direitos constitucional internacional. 16. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

POPKIN, S. L. *The reasoning voter: communication and persuasion in presidential campaigns*. 2.ed. Chicago: Chicago University Press, 1994.

QUADROS, Marcos Paulo dos Reis; MADEIRA, Rafael Machado. Fim da direita envergonhada? Atuação da bancada evangélica e da bancada da bala e os caminhos da representação do conservadorismo no Brasil. *Opinião Pública*, v. 24, n. 3, p. 486-522, 2018.

RAIS, Diogo. Desinformação no contexto democrático. In: ABBOUD, Georges; JUNIOR, Nelson Nery; CAMPOS, Ricardo (Coord.). *Fakenews e regulação*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018b. p. 147-166.

RAMOS, André de Carvalho. Liberdade de expressão e ideais antidemocráticos veiculados por partidos políticos – tolerância com os intolerantes?. In: RAMOS, André de Carvalho (Org.). *Temas de Direito Eleitoral no século XXI*. Brasília: Escola Superior do Ministério público da União, 2012. p. 15-36.

RAMPAZZO, Lino. *Metodologia científica*. Edições Loyola, 2005.

RANCIÈRE, Jacques. *O ódio à democracia*. Boitempo Editorial, 2015.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de *fake news* Políticas: um estudo de caso no *Twitter*. *Galáxia* (São Paulo), [s.l.], n. 41, p.31-47, 23 maio 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>.

RESEDÁ, Salomão. *Função social do dano moral*. Conceito Editorial, 2009

RESENDE, Vera Lúcia Pereira. Os direitos sociais como cláusulas pétreas na Constituição Federal de 1988, 2006, 150 f. Dissertação (Mestrado Direito) – Centro Universitário FIEO (UNIFIEO), Osasco, 2006.

RODRIGUES, William Costa *et al.* *Metodologia científica*. Faetec/IST. Paracambi, p. 2-20, 2007.

RODRÍGUEZ-FERNÁNDEZR, L. *Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news*. *Revista Latina de Comunicación Social*, [s.l.], p.1.714-1.728, 4 nov. 2019. <Http://dx.doi.org/10.4185/rlcs-2019-1406>.

SARLET, Ingo Wolfgang. A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2010.

SARLET, Ingo Wolfgang. A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional. 12ª ed. rev. atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2015.

SCHÄFER, Jairo Gilberto. Classificação dos direitos fundamentais: do sistema geracional ao sistema unitário: uma proposta de compreensão. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2005.

SCIENTIFIC ELECTRONIC LIBRARY ONLINE (São Paulo). FAPESP. SciELO. 2019. Disponível em: <<https://scielo.org/pt/sobre-o-scielo>>. Acesso em: 30 nov. 2019.

SILVA, Clóvis Virgílio do Couto. O conceito de dano no direito brasileiro e comparado. O direito privado brasileiro na visão de Clóvis do Couto e Silva. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1997.

SILVA, Maria Alice Siqueira Mendes. Sobre a análise do discurso. Rev. psicol. UNESP, p. 16-40, 2005.

SILVEIRA, Stefanie; MORISSO, João Gabriel. O uso de algoritmos na mídia programática. Parágrafo, v. 6, n. 1, p. 71-82, 2018.

SOARES, Mário Lúcio Quintão. Teoria do Estado: substrato clássico e os novos paradigmas como pré-compreensão para o Direito Constitucional. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão de literatura. Sociologias, Porto Alegre, v. 8, n. 16, p. 20-45, jul./dez. 2006.

TAVARES, André Ramos. Curso de direito constitucional. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

TEIXEIRA, Virgínia Melo do Egypto. O limite do Direito Penal no mundo digital à luz das fakenews e da liberdade de expressão. 2018. Monografia (Graduação em Direito) – Universidade Federal da Paraíba, Santa Rita, 2018.

TERENZI, Gabriel Vieira; JUNQUEIRA, Beatriz Pereira; BOTELHO, Marcos César. Eleições, populismo e desinformação digital: o papel das redes sociais frente à estigmatização da imprensa. Rei-revista estudos institucionais, v. 7, n. 2, p. 649-680, 2021.

VENOSA, Silvio de Salvo, Direito Civil: Responsabilidade Civil. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

VILLASEÑOR, R. L. Fake news e Religião no Desempenho Político. Cadernos do Centro de Estudos Missionários Latino-Americano, v. 1, n. 8, p. 11–32, 12 mar. 2021.

WOTTRICH, Laura. Publicidade em xeque: práticas de contestação dos anúncios. Porto Alegre: Sulina, 2019.

ZOLTOWSKI, Ana Paula Couto *et al.* Qualidade metodológica das revisões sistemáticas em periódicos de psicologia brasileiros. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, [s.l.], v. 30, n. 1, p.97-104, mar. 2014. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-37722014000100012>.

ANEXO

Compartilhamento de informações entre universitários

Olá!

Somos do Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro (IUPERJ) e você está convidada (o) a participar de uma pesquisa sobre compartilhamento de informações entre universitários. Você levará aproximadamente 5 minutos para concluir o questionário.

Espera-se que o respondente tenha o seguinte perfil:

- Indivíduos com mais de 18 anos de idade que estejam cursando ensino superior em qualquer área de conhecimento.

Sua participação neste estudo é completamente voluntária. No entanto, se você se sentir desconfortável em responder a alguma pergunta, poderá retirar-se da pesquisa a qualquer momento.

As respostas de sua pesquisa serão estritamente confidenciais e os dados desta pesquisa serão relacionados apenas em conjunto. Suas informações serão codificadas e permanecerão confidenciais.

Se você tiver alguma dúvida sobre a pesquisa ou seus procedimentos, entre em contato com os pesquisadores Carlos Paiva (carloshvp.br@gmail.com) e Janine Targino (janine.silva@iuperj.br).

ENDEREÇO:

www.iuperj.br

Rua da Assembleia, 10, 7º Andar, Sala 702, Centro,
Rio de Janeiro – RJ. CEP: 20011-901

Muito obrigado pelo seu tempo e apoio!

Perfil

1. Qual seu gênero?

Feminino

Masculino

Prefiro não dizer

Outro

2. Qual a sua idade?

18 até 99

3. De acordo com a classificação do IBGE, qual seria a sua cor?

Preto

Branco

Amarelo

Pardo

Indígena

Não sei

4. Qual a classificação do curso que você está matriculado?

Graduação

Pós-Graduação

Mestrado

Doutorado

5. Em qual universidade você estuda atualmente?

Resposta curta

6. Qual sua modalidade de estudo?

Obs.: Independente da pandemia de COVID-19

Presencial

A Distância

7. Em qual Estado você mora?

Lista de Estados

8. Em que cidade você mora?

ex: Rio de Janeiro

Resposta curta

9. Em que bairro você mora?

ex: Campo Grande

Resposta curta

10. Qual o enquadramento da sua universidade?

Pública

Privada

11. Qual sua renda familiar (considerar a soma da renda das pessoas que moram em sua casa)

Sem rendimento

Até R\$ 1.039,00

Mais que R\$ 1.039,00 até R\$ 2.078,00

Mais que R\$ 2.078,00 até R\$ 4.156,00

Mais que R\$4.156,00 até R\$ 7.273,00

Mais que R\$ 7.273,00 até R\$ 10.390,00

Mais que R\$ 10.390,00 até R\$ 15.585,00

Mais que R\$ 15.585,00 até R\$ 20.780, 00

Mais que R\$ 20.780, 00 até R\$ 31.170,00

Mais que R\$ 31.170,00

Não sabe

12. Você tem religião?

Evangélico pentecostal

Evangélico não pentecostal

Evangélico Neopentecostal

Evangélico sem denominação

Católico Apostólico Romano

Católico Apostólico Romano ligado à Renovação Carismática Católica

Espírita Kardecista

Adventista do Sétimo Dia

Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias (Mórmon)

Testemunha de Jeová

Umbanda

Candomblé

Sem religião

Ateu ou Agnóstico

Outro

13. Como você se identifica politicamente?

Extrema-Esquerda

Esquerda

Centro-Esquerda

Centro

Centro-Direita

Direita

Extrema-Direita

Apolítico

Outro

Comportamento

14. Quais têm sido suas principais fontes de informação? (você pode marcar mais de uma opção)

Jornais de grande circulação (considerar versões eletrônicas)

Programas de televisão e rádio

Mídias sociais (Whatsapp, *Twitter*, Facebooks, blogs etc)

Sites da Internet

Através de relações pessoais (família, amigos, vizinhos)

Comunidade Religiosa (igreja, lideranças, pastores, padres, sacerdotes, etc.)

Outro:

15. Qual mídia você acredita que é mais confiável? (você pode marcar mais de uma opção)

Facebook

WhatsApp

Twitter

Instagram

E-mail

Nenhuma

Não uso mídias sociais

Outro:

16. Como você se informa sobre saúde? (você pode marcar mais de uma opção)

Médico ou outro profissional de saúde

Informativos de órgãos oficiais do governo

Informações na internet

Redes sociais

Familiares e pessoas próximas

Igreja ou comunidade religiosa

Outro:

17. Quando recebe informações pelas redes sociais costuma compartilhar com outras pessoas?

Nunca

Algumas vezes

Sempre

18. Você tem o hábito de checar a fonte antes de compartilhar?

Nunca

Algumas vezes

Sempre

19. Caso tenha o hábito de checar as fontes das informações que compartilha, responda onde/como faz essa checagem.

Resposta curta

20. Costuma acompanhar alguma liderança religiosa nas redes sociais para formar opinião e guiar suas decisões?

Sim, frequentemente.

Sim, às vezes

Não

21. Costuma acompanhar alguma liderança intelectual ou artística nas redes sociais para formar opinião e guiar suas decisões?

Sim, frequentemente.

Sim, às vezes

Não

Confiança

22. Das fontes de informação abaixo, indique o quanto você confia em cada uma, sendo 5 (cinco) para confio muito e 0 (zero) para não confio de forma nenhuma.

A. Programas de televisão e rádio.

Não confio de forma nenhuma 1 2 3 4 5 Confio muito

B. Jornais de grande circulação (considerar versões eletrônicas)

Não confio de forma nenhuma 1 2 3 4 5 Confio muito

C. Mídias sociais (Whatsapp, *Twitter*, Facebooks, blogs etc)

Não confio de forma nenhuma 1 2 3 4 5 Confio muito

D. Mídias sociais (Whatsapp, *Twitter*, Facebooks, blogs etc)

Não confio de forma nenhuma 1 2 3 4 5 Confio muito

E. Conteúdos da Internet

Não confio de forma nenhuma 1 2 3 4 5 Confio muito

F. Família, amigos e pessoas próximas

Não confio de forma nenhuma 1 2 3 4 5 Confio muito

G. Igrejas, lideranças e comunidade religiosa

Não confio de forma nenhuma 1 2 3 4 5 Confio muito

Concordância com as afirmações

23. Você já encaminhou alguma notícia falsa?

Sim

Não

Não sei

Não tenho certeza

24. Você já recebeu uma notícia falsa de um colega universitário?

Sim

Não

Não sei

Não tenho certeza

25. Ao identificar que uma notícia é falsa ou incompleta você costuma informar ao remetente que a notícia é falsa ou incompleta?

Sim, eu informo.

Não, eu não informo.

26. Você se ofende ou se ofenderia ao receber um feedback por ter encaminhado uma notícia falsa?

Sim, me ofenderia

Não, não me ofenderia

Não sei

Não tenho certeza

27. “O auxílio Emergencial é o maior programa social do mundo.” A afirmação é

Verdadeiro

Falso

Não sei

Não tenho certeza

28. “O Brasil é um dos países que mais vacinam no mundo durante a pandemia de COVID-19” A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

29. “Ficar em casa não é solução para ninguém. Não vai dar certo.” A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

30. "O nazismo era de esquerda". A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

31. O programa Mais Médicos tinha objetivo de formar "núcleos de guerrilha". A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

32. "Leonardo DiCaprio e WWF de financiaram queimadas na Amazônia." A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

33. "Vacinas podem gerar reação letal em 30% dos imunizados." A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

34. "Novo estudo comprova eficácia da ivermectina contra Covid-19." A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

35. "O uso de máscaras torna o sangue ácido e causa câncer." A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

36. "A vereadora Marielle Franco executada em 2018, era ex-mulher do traficante Marcinho VP". A afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

37. "A China criou o coronavírus (COVID-19)". Esta afirmação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza

38. "A terra é plana". Esta informação é:

Verdadeira

Falsa

Não sei

Não tenho certeza