

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

LUCIA CRISTINA OLIVEIRA NASCIMENTO

**INFORMAÇÃO E DESINFORMAÇÃO EM TEMPOS DE PÓS-VERDADE:
UM ESTUDO A RESPEITO DA PROPAGAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS
NAS MÍDIAS SOCIAIS.**

RIO DE JANEIRO

2022

**INFORMAÇÃO E DESINFORMAÇÃO EM TEMPOS DE PÓS-VERDADE:
UM ESTUDO A RESPEITO DA PROPAGAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS
NAS MÍDIAS SOCIAIS.**

LUCIA CRISTINA OLIVEIRA NASCIMENTO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Tecnologia para o Desenvolvimento Social, PPGTDS, do Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social, NIDES, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção de título de Mestre em Tecnologia para o Desenvolvimento Social.

Orientador: Prof. Dr. Michel Thiollent

RIO DE JANEIRO

2022

CIP - Catalogação na Publicação

N244i NASCIMENTO, LUCIA CRISTINA OLIVEIRA
 Informação e desinformação em tempos de pós
 verdade: um estudo a respeito da propagação de
 notícias falsas nas mídias sociais. / LUCIA CRISTINA
 OLIVEIRA NASCIMENTO. -- Rio de Janeiro, 2022.
 162 f.

 Orientador: Michel Jean Marie Thiollent.
 Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
 Rio de Janeiro, Núcleo Interdisciplinar para o
 Desenvolvimento Social, Programa de Pós-Graduação em
 Tecnologia para o Desenvolvimento Social, 2022.

 1. Pós-Verdade. 2. Notícias Falsas. 3.
 Desinformação. 4. Mídias Sociais. 5. Educação Crítica
 Midiática. I. Thiollent, Michel Jean Marie, orient.
 II. Título.

INFORMAÇÃO E DESINFORMAÇÃO EM TEMPOS DE PÓS-VERDADE:
UM ESTUDO A RESPEITO DA PROPAGAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS
NAS MÍDIAS SOCIAIS.

LUCIA CRISTINA OLIVEIRA NASCIMENTO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Tecnologia para o Desenvolvimento Social, PPGTDS, do Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social, NIDES, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção de título de Mestre em Tecnologia para o Desenvolvimento Social.

Aprovada por:

Michel Jean Marie Thiollent, D.Sc.

Celso Alexandre Souza de Alvear, D.Sc.

Daniella Munhoz da Costa Lima, D.Sc.

Priscila Saemi Matsunaga, D.Sc.

Rio de Janeiro - RJ - Brasil
Março de 2022

Dedico essa dissertação aos meus pais, que dedicaram a vida deles a mim.

A minha irmã, a minha filha e a minha sobrinha por terem sempre me apoiado com todo amor.

Ao meu eterno companheiro Alejandro Moya (in memoriam) por ter me incentivado sempre a lutar pelos meus objetivos.

Ao Grande Mestre Professor Michel Thiollent com quem tive a honra de aprender durante esses anos de estudo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todo o corpo docente do Nides, em especial aos professores Antônio Cláudio (in memoriam), Celso Alvear, Felipe Addor, Luciana Lago e Priscila Matsunaga, por terem me inspirado e aberto novos horizontes de aprendizagem de forma dialógica e com tanta amorosidade.

Ao professor Celso Alvear e a professora Daniela Munhoz por terem dado grandes contribuições com esse estudo na banca de qualificação.

As professoras Priscila Matsunaga e Daniela Munhoz e ao professor Celso Alvear por terem aceitado o convite para participar da banca de defesa.

As minhas amigas e servidoras da UFRJ, Valquíria Félix e Danielle São Bento Pereira, por terem estado comigo desde o primeiro momento em que sonhei fazer parte desse programa de pós graduação, me incentivando e auxiliando com tanta dedicação.

Aos meus colegas Carlo Duarte, Massami Saito, Rita Castro e Robson Pereira que construíram comigo novos saberes e afetos durante as nossas reuniões de orientação com o professor Thiollent.

A todos os discentes que gentilmente cederam seu tempo, e entenderam a importância do meu tema de estudo, contribuindo assim com a minha pesquisa.

Ao NIDES, por ser esse espaço pelo qual eu me apaixonei desde a primeira vez que me inteirei sobre suas atividades, um espaço interdisciplinar dentro da UFRJ, que acolhe de forma ímpar todas as diversidades na luta de uma sociedade menos desigual e mais justa.

Ao meu orientador professor Michel Thiollent, por sua paciência e vontade de ensinar, sem o qual essa pesquisa não teria sido possível.

Uma mentira pode dar a volta ao mundo,
enquanto a verdade ainda calça seus sapatos.
(Mark Twain)

RESUMO

Nascimento, Lúcia Cristina Oliveira. **Informação e desinformação em tempos de pós-verdade: Um estudo a respeito da propagação de notícias falsas nas mídias sociais**. Rio de Janeiro, 2022. Dissertação (Mestrado profissional em Tecnologia para o Desenvolvimento Social) - Centro de Tecnologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

A presente pesquisa propõe-se a discutir, conceitualmente e historicamente, a respeito da problemática da pós-verdade. Ademais pretende-se traçar um breve panorama das temáticas que se relacionam com o tema de estudo, tais como: Tecnologia Informacional, Mídias sociais, *Fake News*, *Bullshit* e Desinformação na sociedade contemporânea. Autores nacionais e internacionais pautam o referencial teórico desse estudo, de forma a trazer a pluralidade de pensamentos acerca do tema de pesquisa. A pesquisa de campo realizou-se através de um estudo de caso, e objetivou identificar como uma amostra de graduandos e pós-graduandos da Universidade Federal do Rio de Janeiro compreendem o fenômeno denominado como Pós-Verdade, bem como, percebem, lidam, acreditam e propagam desinformações e falsas informações recebidas por meio das mídias sociais. Utilizou-se a abordagem qualitativa, o procedimento metodológico adotado foi a aplicação de um questionário online, e o tratamento de dados teve caráter quali-quantitativo, inspirado no Discurso do Sujeito Coletivo. Percebe-se, através da fala dos sujeitos da pesquisa, que esses são conscientes de que atualmente a desinformação tem sido amplamente propagada através das mídias sociais e afeta diversos aspectos da sociedade. Sendo assim, esses indivíduos procuram estratégias de verificação dos conteúdos recebidos por meio dessas plataformas digitais, a fim de evitar a propagação de notícias falsas.

Palavras-Chave: Pós-Verdade; Notícias Falsas; Desinformação; Mídias Sociais; Educação Crítica Midiática.

ABSTRACT

Nascimento, Lúcia Cristina Oliveira. **Information and disinformation in post-truth times: A study on the spread of Fake News on social media.** Rio de Janeiro, 2022. Dissertation (Mestrado profissional em Tecnologia para o Desenvolvimento Social) - Centro de Tecnologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

The present research proposes to discuss, conceptually and historically, regarding the post-truth problem. In addition, it intends to draw a brief overview of the themes that are related to the subject of study, such as: Information Technology, Social Media, Fake News, Bullshit and Desinformation in contemporary society. National and international authors guide the exercise of referential research in this study, in order to bring a plurality of views about the subject of study. The field research was carried out to identify how a sample of undergraduate and postgraduate at the Federal University of Rio de Janeiro understand the phenomenon called "Post-truth" and also as how they perceive, deal with, believe and propagate desinformation and false news received through social media. The qualitative approach was used, the method adopted was the application of an online questionnaire and the data processing was qualitative and quantitative, inspired by the Collective Subject Discourse. It is noticed, through the speech of the research subjects, that these are aware that nowadays disinformation has been widely propagated through social media and affects different aspects of society. Therefore, these individuals look for strategies to verify the contents received through these digital platforms in order to prevent the spread of fake news.

Key words: Post-Truth; Fake News; Disinformation; Social media; Media Critical Education.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Seções do questionário	64
Tabela 2 – Participantes do estudo	65
Tabela 3 – Conceito de Fake News- Mestrandos	69
Tabela 4 – Conceito de Fake News - Graduandos	71
Tabela 5 – Portais de mídia alternativa – Mestrandos	73
Tabela 6 – Portais de mídia alternativa – Graduandos	74
Tabela 7 – Confiança de notícias – Mestrandos	76
Tabela 8 – Confiança de notícias - Graduandos	77
Tabela 9 – Pós-verdade - Mestrandos	78
Tabela 10 – Pós-verdade - Graduandos	79
Tabela 11 – Conteúdo recebido - Mestrandos	80
Tabela 12 - Conteúdo recebido - Graduandos	81
Tabela 13 – Desinformação na educação formal - Mestrandos	87
Tabela 14 – Desinformação na educação formal - Graduandos	88
Tabela 15 – Difusão de Conhecimento Científico	89
Tabela 16 - Questões adaptadas	127
Tabela 17 – Característica sociodemográficas - mestrandos	129
Tabela 18 – Característica sociodemográficas – Graduandos	130
Tabela 19 – Produtores de Conteúdo - Mestrandos	132
Tabela 20 – Produtores de Conteúdo - Graduandos	133

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Forma de acesso as redes sociais.....	67
Gráfico 2 – Uso do WhatsApp.....	67
Gráfico 3 – Uso do Facebook.....	68
Gráfico 4 – Uso do Twitter.....	69
Gráfico 5 – Desconfiança sobre as notícias.....	76
Gráfico 6 – Pós-verdade	77
Gráfico 7 – Notícias falsas e verdadeiras.....	80
Gráfico 8 – Frequência Fake News	82
Gráfico 9 – Compartilhamento de Fake News.....	82
Gráfico 10 – Divulgação de Fake News	83
Gráfico 11 – Áreas de influências das Fake News	83
Gráfico 12 – Estratégias.....	84
Gráfico 13 – Eleição Presidencial no Brasil em 2018.....	85
Gráfico 14 – Medidas em relação a COVID-19.....	86
Gráfico 15 – Trabalhos acadêmicos	87

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AIDS	Síndrome da Imunodeficiência Humana
BNCC	Base Nacional Comum Curricular
Bot's	Robôs
Cetic.br	Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
CF	Constituição Federal
Covid-19	Corona Virus Disease
CT	Centro de Tecnologia
EUA	Estados Unidos da América
FINDE	Grupo de Pesquisa em Financeirização e Desenvolvimento
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
GLO	Garantia da Lei e da Ordem
LGBTQIA+	Lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros, queer, intersexuais, assexuados e outras
MIT	Instituto de Tecnologia de Massachusetts
NIDES	Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social
OMS	Organização Mundial da Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
PNI	Programa Nacional de Imunizações
Poli/UFRJ	Escola Politécnica da UFRJ
PPGTDS	Programa de Pós-Graduação de Tecnologia para o Desenvolvimento Social
PT	Partido dos Trabalhadores
SECOM	Secretaria de Comunicação da Presidência
SMS	Serviço de Mensagens Curtas
TIC's	Tecnologias de Informação e Comunicação
UFF	Universidade Federal Fluminense
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UIT	União Internacional de Telecomunicações

SUMÁRIO

1	PROBLEMATIZAÇÃO DO ESTUDO	14
1.1	MOTIVAÇÃO E ESCOLHA DO TEMA	14
1.2	INTRODUÇÃO	15
1.2.1	Questão de Pesquisa.....	15
1.2.2	Objetivos do Estudo	16
1.2.3	Delimitação da Pesquisa.....	17
1.2.4	Relevância do Estudo	18
1.2.5	Contextualização	20
1.3	ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	34
2	NÚCLEO TEÓRICO	35
2.1	HISTÓRIA DA TECNOLOGIA INFORMACIONAL.....	35
2.2	SOBRE AS MÍDIAS SOCIAIS	36
2.3	CONCEITO DE PÓS-VERDADE	39
2.4	NOTÍCIAS FALSAS - FAKE NEWS.....	43
2.5	BULLSHIT: SOBRE A ARTE DE ENROLAR	45
2.6	CONCEITO DE DESINFORMAÇÃO.....	48
2.7	PAPEL DA EDUCAÇÃO CRÍTICA MUDIÁTICA EM TEMPOS DE PÓS- VERDADE	51
2.8	CONSIDERAÇÕES.....	56
3	METODOLOGIA	59
3.1	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	59
3.2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	61
3.3	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA DE LITERATURA	62
3.4	ELABORAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE PESQUISA.....	62
4	ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS	65
4.1	CARACTERIZAÇÃO DOS INDIVÍDUOS ESTUDADOS	65
4.2	DADOS COLETADOS.....	66
4.3	SÍNTESE DOS DADOS COLETADOS.....	91
5	CONCLUSÃO	97
5.1	RESULTADOS	97
5.2	CONSIDERAÇÕES FINAIS	103

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	105
APÊNDICE A - INDICAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES	120
APÊNDICE B - QUESTÕES ADAPTADAS DE OUTROS ESTUDOS.....	127
APÊNDICE C - CARACTERÍSTICAS SÓCIODEMOGRÁFICAS	129
APÊNDICE D - PRODUTORES DE CONTEÚDO	132
APÊNDICE E - DIVULGAÇÃO DO QUESTIONÁRIO ONLINE.....	135
APÊNDICE F – TERMO DE CONSENTIMENTO	137
APÊNDICE G – QUESTIONÁRIO ONLINE.....	139

1 PROBLEMATIZAÇÃO DO ESTUDO

1.1 MOTIVAÇÃO E ESCOLHA DO TEMA

Minha formação na área de Tecnologia da Informação e Desenvolvimento de Softwares sempre me fez desconfiar dos algoritmos, a base da inteligência artificial que atualmente todos os sujeitos do mundo são obrigatoriamente submetidos ao utilizar a internet. Os algoritmos não são neutros já que são pensados e escritos por indivíduos que tem crenças, valores e interesses próprios. Dessa forma, concordo com o pensamento do autor Finn (2017) de que os algoritmos não são somente um conjunto de ações matemáticas para manipular dados através de um problema, mas também um conceito a partir do qual é possível a discussão da forma com que eles influenciam a nossa sociedade.

Algumas décadas após a disseminação da internet podemos refletir ainda a respeito de como os algoritmos transformaram tudo na sociedade atual, ao passarem a atuar como veículo ou ferramenta de computação, funcionando como objeto na interseção do espaço computacional, sistemas culturais, e cognição humana. Cada vez mais inteligentes, os algoritmos são programados por seres humanos que utilizam a tecnologia como uma extensão de suas mentes.

Como imigrante digital, interessada nas inovações oriundas da revolução tecnológica e digital, sempre questioneei a dicotomia entre o bem e o mal das novas formas de comunicação através da internet. Em desacordo com pensamentos unilaterais de tecnófilos e tecnófobos, acredito que a tecnologia digital trouxe progresso e também problemas a sociedade.

Com a ampla utilização da internet e das mídias sociais digitais o antigo problema da desinformação ganhou uma nova forma de propagação muito mais eficiente nesse novo mundo da hiper informação, influenciando a vida em sociedade. No contexto mundial atual em que os sujeitos dão mais importância a acreditarem na informação baseada a apelos a emoção, crenças pessoais e ideologias do que em fatos objetivos foi que surgiu minha inquietação e interesse em pesquisar a respeito do tema dessa pesquisa.

Entendendo que se trata de um estudo multidisciplinar, esse ensaio foi pautado em um debate muito além de tecnológico com apenas o propósito de encontrar

soluções de ferramentas, que tenham como finalidade conter a propagação de conteúdos desinformativos nas mídias sociais. Trata-se de uma investigação que dialoga com diversas áreas do conhecimento como comunicação, tecnologia da informação, ciência da informação, biblioteconomia, educação, sociologia e filosofia. Fato é que pude perceber o quanto as limitações pela formação acadêmica fazem parte da vida de um pesquisador. Contudo um bom orientador é capaz de nos fazer entender coisas nunca antes pensadas.

À vista disso, espera-se que com a apresentação desse cenário seja possível auxiliar para a consolidação do campo de estudos sobre a inter-relação entre tecnologia e impactos sociais na área das ciências humanas. Outrossim, não há uma fórmula de extermínio dessa nova onda desinformativa e por isso faz-se necessário concatenar diversas visões sobre essa problemática. Diante disso, esse estudo busca reunir uma força conjunta e multidisciplinar de especialistas de diversas áreas.

Como servidora pública em uma instituição federal de ensino, desde 2011, defendo e luto por uma educação pública, gratuita e de qualidade. Acredito que a educação é uma ferramenta fundamental para combater a desigualdade social que assola o Brasil. Por isso acredito que investigar a compreensão dos discentes da Universidade da qual faço parte quanto ao acesso, emprego, aplicação e disseminação das informações nas mídias sociais contribuirá para a análise e entendimento a respeito da formação desses indivíduos, o que poderá colaborar para a reflexão de uma formação mais pautada na criticidade e responsabilidade quanto ao uso da informação.

1.2 INTRODUÇÃO

1.2.1 Questão de Pesquisa

Na atualidade, a comprovação de fatos objetivos é relativizada e o conhecimento racional está em crise. A ignorância não se limita a uma falta de instrução ou a falta de acesso à informação e ao conhecimento. Há também a ignorância por negação das informações ou conhecimentos recebidos e a substituição por crenças convenientes contrariando os avanços da ciência, da educação, e da multiplicação das publicações e difusão digital.

Mesmo em meios elitizados, pessoas de classe social mais favorecida e/ou com formação acadêmica de nível superior, perdura um alto nível de ignorância, onde

o senso crítico e a capacidade de leitura criteriosa e autônoma são renunciados em detrimento a um pensamento que enfatiza a volta de crenças antigas, valores e práticas anteriores ao pensamento científico, valorizando sobretudo a tradição, com explicações de fundo mágico ou religioso. Nesse sentido, o autor D’Ancona afirma que “O ensino superior não oferece um real isolamento do pensamento mágico.” (D’ANCONA, 2018, p. 68).

Tendo em vista que há poucos estudos sobre os comportamentos informacionais adotados pelos discentes de ambientes universitários no Brasil, e motivada por essa lacuna, ainda que com uma intenção modesta do estudo empírico com um pequeno grupo desses estudantes, a questão orientadora que despertou o desejo e interesse por esta investigação foi:

- Como um grupo específico de alunos da graduação e da pós-graduação da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) percebem, lidam, acreditam e propagam desinformação e falsas informações recebidas por meio das mídias sociais?

1.2.2 Objetivos do Estudo

Para esse estudo foi imprescindível entender, de forma geral, conceitualmente e historicamente o fenômeno mundial denominado como pós-verdade. Foi utilizada como base a literatura existente, tendo como pano de fundo a crise atual, o autoritarismo e o vigente cenário da difusão da informação no ambiente virtual. Dessa forma foram abordadas a questão filosófica, sociológica e de linguagem do autoritarismo e do desprezo pela noção de verdade objetiva.

O objetivo Geral da presente pesquisa é analisar como se manifesta o fenômeno da pós-verdade e a desinformação, no ambiente digital e na esfera educacional em geral, inclusive nas Universidades brasileiras, compreendendo o problema da negação da verdade objetiva e do relaxamento com as relações de verificação e de confiabilidade científica na área educacional.

A vista do objetivo geral estabeleceu-se os seguintes objetivos específicos:

- Investigar a percepção de uma amostra de graduandos e pós-graduandos quanto ao problema da pós-verdade e da desinformação contemporânea.
- Indagar quais são os dispositivos utilizados por esses discentes para combater a desinformação.

- Compreender qual a influência na educação informacional desses indivíduos em seu comportamento ético enquanto disseminador, leitor e debatedor de conteúdos informacionais na internet.

1.2.3 Delimitação da Pesquisa

O percurso metodológico a ser utilizado dar-se-á no Centro de Tecnologia da UFRJ, com uma amostra de discentes de graduação e pós graduação, conforme recorte abaixo:

1. Alunos de graduação da UFRJ do curso de Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social, do curso de Defesa e Gestão Estratégica Internacional, e também de diversos cursos da Escola Politécnica da UFRJ (Poli-UFRJ).
2. Alunos de pós graduação da UFRJ das turmas 2020 e 2021 do Programa de Pós-Graduação de Tecnologia para o Desenvolvimento Social (PPGTDS) sediado no NIDES.

A fim de contextualizar em qual ambiente será feito o trabalho empírico desse ensaio, convém ressaltar que a UFRJ, primeira universidade federal brasileira, criada em 1920, possui ainda hoje o maior campus universitário e é tida como centro de excelência em ensino e pesquisa no Brasil e na América Latina. E, situado na Cidade Universitária, na Ilha do Fundão encontra-se o Centro de Tecnologia (CT).

Sobre o Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social (Nides), esse foi criado no ano de 2013, oficialmente como órgão suplementar do CT. O Nides consolidou-se na Universidade a partir do trabalho baseado na tríade ensino pesquisa e extensão de diferentes grupos dentro do CT, tendo como prioridade abarcar o tema Tecnologia e Desenvolvimento Social. (CT.UFRJ)

Alguns dos sujeitos que serão investigados nessa pesquisa são graduandos de diversos cursos da UFRJ que já cursaram ou estão cursando uma ou mais disciplinas eletivas oferecidas pelo Nides. Tais disciplinas tem por objetivo dar uma visão introdutória dos vários temas que são trabalhados nas respectivas linhas de pesquisa Trabalho e Formação Politécnica, Gestão Participativa e Tecnologia Social no PPGTDS. A proposta do Nides ao ofertar essas disciplinas é que os estudantes de

graduação da UFRJ tenham a oportunidade de entrarem em contato com novos campos de conhecimento, além de contribuir para uma formação intimamente ligada ao trabalho real, através da realização de atividades de campo vinculadas a projetos de extensão da UFRJ, sejam eles do Nides ou não, propiciando aos alunos de graduação uma reflexão baseada na prática, a fim de contribuir para uma perspectiva diferente de compreensão do campo tecnológico e para a formação de profissionais mais críticos e com maior consciência cidadã.

Fazem parte também dos sujeitos dessa dissertação graduandos da Escola Politécnica da UFRJ (Poli/UFRJ), primeira escola de curso superior no Brasil, constituída em 1792, antes mesmo da criação da UFRJ. Sediada no Centro de Tecnologia, na Ilha do Fundão, a Poli/UFRJ oferece os seguintes cursos de graduação em Engenharia: Engenharia Ambiental, Engenharia Civil, Engenharia de Computação e Informação, Engenharia de Controle e Automação, Engenharia Elétrica, Engenharia Eletrônica e de Computação, Engenharia de Materiais, Engenharia Mecânica, Engenharia Metalúrgica, Engenharia Naval e Oceânica, Engenharia Nuclear, Engenharia de Petróleo, Engenharia de Produção. (POLI.UFRJ)

Serão examinados ainda, os discentes do Programa de Pós-Graduação de Tecnologia para o Desenvolvimento Social (PPGTDS). Este curso de Mestrado Profissional iniciado em 2016 e oferecido pelo Nides conta com três linhas de pesquisa: Tecnologia Social, Gestão Participativa e Trabalho e Formação Politécnica. O PPGTDS ambiciona a formação de profissionais aptos a atuarem em órgãos públicos, organizações não governamentais (ONGs), empresas públicas ou privadas, movimentos sociais, instituições públicas de ensino e em temas relacionados à responsabilidade social. (NIDES.UFRJ)

1.2.4 Relevância do Estudo

Nesse mundo moderno, a sociedade tem acesso cada vez maior a internet e a tecnologia da informação, o que vem proporcionando grandes avanços em diversas áreas da vida em sociedade e suscitando uma intensa mudança na forma como os indivíduos se socializam e trocam informações e conhecimentos. No entanto, assim como as tecnologias digitais modernas não resolverão os problemas da humanidade, elas também não são o único motivo para a falta de confiança da sociedade na ciência, para o negacionismo científico, a sedução da pseudociência e das teorias

conspiratórias, a polarização política, os discursos de ódio, a cultura de cancelamento e outras coisas tão comuns na atualidade.

Informações circulam em uma velocidade nunca antes imaginável, e informações verdadeiras concorrem com notícias falsas e manipuladoras. Informação e desinformação têm amplo alcance, e são replicadas de forma instantânea, em escala massiva e a um baixo custo. Por certo, notícias falsas atingem a todas as camadas sociais, em todos os países do mundo e são utilizadas como estratégia de desinformar os cidadãos devido a diversos objetivos e interesses, que podem ser políticos, ideológicos e/ou financeiros. Através de plataformas digitais como Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter e outras, a desinformação contemporânea difunde-se muito rapidamente e traz à sociedade cada vez mais implicações em sua vida cotidiana, tendo como consequência diversos níveis de impactos sociais, inclusive grave ameaça à democracia.

Fato é que a mídia jornalística e os meios oficiais de divulgação científica não são mais a única forma onde circulam notícias. Na atualidade, as mídias sociais são os principais meios de propagação de notícias falsas e por isso faz-se imprescindível a reflexão da sociedade a respeito dessa temática. A problemática a ser discutida nesse trabalho é multidisciplinar e vem sendo pesquisada de forma transversal em diversas áreas científicas, principalmente na área de comunicação e ciência da informação. Apesar do lançamento de diversos livros e da crescente literatura acadêmica a respeito do assunto, principalmente nos últimos anos, ainda existe uma falta de material acadêmico sobre o tema e grande parte dos dados ainda não se encontram em bases de dados certificadas.

Para este estudo fez-se um apanhado das definições sobre o tema, aglutinando um material disperso na internet e utilizando além das bases de publicações científicas, artigos e literatura acadêmica, outros tipos de fontes como jornais eletrônicos, sites de notícias, revistas científicas e documentários televisivos, a fim de validar as informações encontradas. Por esse assunto estar em pleno desenvolvimento e a cada dia mais literatura de qualidade ser lançada, tudo o que foi encontrado, quer seja em formato de livros físicos, ebooks, dissertações, teses, e artigos científicos acerca do tema, ainda que não tenha sido lido, foi registrado (vide apêndice A) para auxiliar aos leitores que buscam mais informações.

Há algumas soluções apontadas por diversos autores objetivando superar ou mitigar o problema das notícias falsas, desinformação e todo esse caos informacional

em tempos de pós-verdade, tais como: alfabetização informacional; algoritmos e procedimentos automáticos e verificadores profissionais como fact-checking (checagem de fatos). Contudo os estudos analisados ainda carecem de soluções mais específicas e acertadas, já que o tema ainda está em pleno desenvolvimento.

Mediante o exposto, as reflexões propostas nesta pesquisa são relevantes para a sociedade em geral, pois permitirá uma análise da percepção e características dos sujeitos que divulgam e propagam notícias falsas, entendendo qual o impacto dessas ações na vida deles, em suas comunidades e para a sociedade como um todo.

Os diagnósticos desse estudo contribuirão ainda, com reflexões acerca de como cidadãos que utilizam suas mídias sociais como meio de comunicação e forma de acesso à informação podem se proteger de acreditarem e propagarem discursos de conteúdo falso ou, às vezes, propositalmente nem verdadeiro nem falso, que visam influenciar valores e pensamentos incorporados pelos indivíduos.

1.2.5 Contextualização

É notório que na atualidade alguns termos como Desinformação, Notícias Falsas, Fake News e Pós-Verdade vem ganhando destaque em pesquisas no meio acadêmico, nas mídias sociais, na imprensa convencional e na sociedade em geral. A necessidade de entender esses conceitos se dá devido a que em âmbito mundial a desinformação contemporânea tem influenciado todos os aspectos da vida em sociedade.

Na área de comunicação, a desinformação e a problemática da pós-verdade influenciam tanto nas grandes mídias como em redes sociais, já que todo usuário das redes é além de leitor, produtor de conteúdo. Exercem influência ainda no jornalismo livre, independente da imprensa tradicional, que muito utiliza as mídias sociais como canal de comunicação. Os influenciadores digitais também fazem parte dessa nova forma de comunicar, pois são formadores de opinião que influenciam seus seguidores através do conteúdo que publicam em suas mídias sociais.

No caso do Brasil, pode-se afirmar que nas áreas de política, economia e gestão são claras as tentativas de manipulação de informações com a finalidade de conseguir apoio popular a projetos como a reforma trabalhista e a privatização de empresas públicas e estatais. Através de informações enganosas ou não verdadeiras ocorre também o incentivo desmedido ao empreendedorismo e a uberização da mão

de obra dos trabalhadores, a mobilização de certos grupos políticos nas redes sociais e a captação de dados sobre perfis de usuários para propaganda política seletiva.

Na área de educação há um movimento conservador onde o materialismo se torna objeto de informações falsas, como reformar manuais escolares para apresentar ditadores do passado como heróis, negação da ciência visando mentir de forma ideologicamente estruturada, iniciativas de inserir a teoria do criacionismo nos currículos escolares, a fim de estipular uma falsa equivalência entre o criacionismo e o evolucionismo. Graves também são as consequências da pós-verdade no meio ambiente, onde falsas verdades fomentam o desmatamento e o ante ecologismo. Na saúde temos visto a liberação de agrotóxicos, a desinformação sobre efeito de vacinas, inclusive para as crianças, acarretando penosas consequências à saúde individual e coletiva. Pertinente ainda citar, que durante a pandemia do novo coronavírus tem ocorrido a propagação da desinformação a respeito de remédios sem eficácia cientificamente comprovada e falácias a respeito das vacinas que imunizam a população contra a covid-19. Além disso, com o incentivo a volta da emoção e da magia de forma capitalizada são estimuladas as criações de igrejas e enaltecidos os cultos religiosos tradicionais.

Todos esses fatos da atualidade sugestionam que estamos enfrentando uma relevante crise da verdade, comparável ao sucesso da propaganda nazista nos anos 1930-40. Com intuito de entender o que acontece atualmente, a seguir será apresentada uma breve retrospectiva histórica dessa época.

Nesse período, Joseph Goebbels foi o responsável pela propaganda do Partido Nazista e perseguia artistas, músicos, escritores e livros que fossem considerados não representantes dos valores alemães, além de intensificar a perseguição aos judeus na sociedade alemã. Goebbels, o criador da saudação “Heil Hitler” (BARBOSA, 2009), empenhado em controlar a rádio, um meio de comunicação novo naquela época, lançou através do Ministério da Propaganda o Volksempfänger, um rádio de baixo custo para o povo, que só sintonizava canais nacionais com músicas clássicas e folk alemã, discursos nazistas e notícias censuradas. Era através dessa rádio que as propagandas enaltecendo o nazismo eram transmitidas.

Outro meio de comunicação muito utilizado para a disseminação do discurso ideológico nazista foi o cinema alemão, que naquela época tinha muita importância mundialmente ficando atrás somente de Hollywood (EUA). Com filmes como “O Triunfo da Vontade”, “A Vitória da Fé” e “Hans Westmar”, jovens hitleristas eram

aclamados pelo “espírito de luta”. Leni Riefenstahl foi uma importante cineasta do nazismo, angariada pelo ministério da propaganda, que com sua obra inovadora revolucionou através de suas técnicas o gênero documental, e teve grande influência na história dos comerciais de televisão.

Leni Riefenstahl soube trabalhar, na narrativa audiovisual... Como a águia dos pagãos, a cruz dos cristãos também fala forte ao povo germânico. E ambas indicam a mesma coisa: o ser divino, o enviado, o Messias, retorna do céu para acabar com o sofrimento do povo. (BARBOSA, 2013, p. 102)

De acordo com Martins (2002, p. 37): “Goebbels foi um inovador na comunicação de massa”. Joseph Goebbels foi responsável pela elaboração dos 11 princípios de dominação pela propaganda, que levaram à ascensão do nazismo e ao extermínio de milhões de judeus, ciganos e comunistas. São eles:

1. Princípio da simplificação e do inimigo único - consiste na adoção de uma única ideia e/ou símbolo e enxergar todos os adversários em um único inimigo. Dessa forma o problema é simplificado e não diversificado já que é escolhido um inimigo por vez, ignorando o que os outros fazem e concentrando-se apenas nesse inimigo até vencê-lo.
2. Princípio do contágio - fundamentado em divulgar a capacidade de contágio que o inimigo tem. Dessa forma, deve-se mostrar um passado perfeito e mostrar que há um inimigo contaminando o presente e o futuro.
3. Princípio da transposição - baseia-se em carregar sobre os adversários todos os males sociais, seus erros e defeitos, a fim de respondê-los com ataque. Sendo assim, deve-se partir da premissa de que se não é possível negar as más notícias, é conveniente então inventar outras que as distraiam.
4. Princípio da exageração e desfiguração - visa enfatizar as notícias ruins até desfigurá-las convertendo qualquer história em ameaça grave, para gerar um clima de insegurança e pânico.
5. Princípio da vulgarização – prima por converter todas as ações do inimigo em algo vulgar, de má índole, fácil de descobrir e não confiável. Deve-se ter em mente que para uma propaganda servir ao seu propósito deve ser popular, adaptando seu nível para que todos os indivíduos, mesmo os menos instruídos, possam entender. A massa deve ser convencida e assim realizar o mínimo

esforço mental. Presume-se a maior parte da sociedade tem capacidade limitada e com pouca compreensão da vida em sociedade.

6. Princípio da orquestração – é importante que a propaganda divulgue poucas ideias e repita-as diversas vezes. Dessa forma, os boatos são transformados em notícias para que seja propagada pela “imprensa oficial”.
7. Princípio da renovação – visa emitir informações e argumentos novos, bombardeando os inimigos com novas notícias a um ritmo tão acelerado que o público não tenha tempo de pensar e já esteja interessado em outra coisa quando o adversário responder.
8. Princípio do verossímil - intenciona que os argumentos se baseiem em diferentes fontes, inclusive com especialistas, através de informações fragmentárias objetivando que o receptor da informação acredite que o assunto interpretado é verdadeiro.
9. Princípio do silêncio - objetiva suprimir toda a informação que seja inconveniente, omitindo informações que não tenham como argumentar e mascarando as notícias que favoreçam o adversário.
10. Princípio da transferência – Sempre ao noticiar um fato deve-se difundir argumentos de um fato que já tenha acontecido.
11. Princípio de unanimidade - busca infundir aos indivíduos que todos pensam igual a fim de criar uma impressão de unanimidade.

A frase “Uma mentira repetida mil vezes torna-se verdade.” atribuída a Goebbels, mesmo não sendo possível sua confirmação de autoria, expressa uma premissa utilizada na propaganda nazista. Essa ideia é igualmente significativa no cenário da era digital, quando pensamos em notícias falsas, desinformação e Fake News.

Nesse horizonte, compreende-se que até os dias atuais os princípios da propaganda política criados por Goebbels são utilizados e os novos meios de comunicação digitais auxiliam na publicização e disseminação dessas propagandas políticas com uma divulgação veloz, fácil e barata.

No contexto político brasileiro, no mês de janeiro de 2020, em pronunciamento através da rede social oficial da secretaria da cultura, o na época secretário Roberto Alvim, plagiou trechos de um discurso de Joseph Goebbels. “A arte brasileira da próxima década será heroica e será nacional. Será dotada de grande capacidade de

envolvimento emocional e será igualmente imperativa [...] ou então não será nada”, afirma Alvim no vídeo. O ministro da propaganda nazista havia dito: “A arte alemã da próxima década será heroica, será ferrenhamente romântica, será objetiva e livre de sentimentalismo, será nacional com grande páthos e igualmente imperativa (...) ou então não será nada”. (UOL, 2020)

Regimes autoritários costumam vigiar o fluxo de informações, contudo, na versão moderna do autoritarismo ao invés do uso da censura, as informações são manipuladas de forma que a versão do fato desejada pelo Estado se torne verdade para os cidadãos. (MELLO, 2020)

Seguindo essa linha de reflexão, podemos afirmar que as mídias sociais são um eficiente meio de comunicação de propagação de desinformação, já que podem fazer uso de um fluxo contínuo, repetitivo e com imenso volume de mensagens disparadas por diferentes canais.

Os sujeitos estão cada vez mais conectados nas mídias sociais e a informação está cada vez mais acessível a população mundial. Mas a qualidade dessa informação que chega até os cidadãos precisa ser questionada.

Na constituição brasileira a liberdade de informação representa direito fundamental (Art. 5º, Caput, CF) e foi adotada como o pilar da liberdade do ser humano conforme ensina Mendel (2009, p. 8):

A noção de ‘liberdade de informação’ foi reconhecida, inicialmente, pela ONU. Em 1946, durante sua primeira sessão, a Assembleia Geral da ONU adotou a Resolução 59(1) que afirmava: “A liberdade de informação constitui um direito humano fundamental e [...] a pedra de toque de todas as liberdades a que se dedica a ONU.

A desinformação ameaça à liberdade de informação nessa nova estrutura comunicacional, e afeta outro grande pilar constitucional, pois impede ao eleitor de exercer livremente seu voto já que este não está votando com a consciência e liberdade necessária para escolher seus representantes, conforme explica Júnior (2020):

[...] o direito à liberdade de informação é base essencial para a formação e para a construção do Estado democrático de direito, a ponto das organizações das Nações Unidas em 1946 em sua primeira sessão, afirmar que a liberdade de informação constitui um direito humano fundamental.

Por conseguinte, através de notícias e informações falsas propagadas muito rapidamente por meio das mídias sociais, a realidade é modificada e os cidadãos tendem a acreditar em mentiras ou falsas verdades.

E já que o Estado Democrático de Direito necessita de uma participação cidadã ativa, nesse contexto tecnológico atual a democracia está em perigo no cenário internacional, já que a liberdade de informação está ameaçada pela desinformação, o que impede que os cidadãos assumam seu papel fundamental de guardiões do direito, a fim de garantir os direitos fundamentais do indivíduo e da coletividade como um todo. (JÚNIOR, 2020)

De acordo com Bolzan de Moraes (2021), com o uso das novas tecnologias digitais esperava-se que a expansão da internet e da utilização das mídias sociais digitais ampliassem a participação popular na democracia, já que o cidadão melhor informado teria como participar diretamente do processo democrático e das tomadas de decisão por meios tecnológicos o que resultaria na democracia participativa cidadã. No entanto, com o surgimento da quantificação dos dados informacionais através das big datas e das técnicas de tratamentos de informações, da monetização da desinformação, dos filtros bolhas, dos robôs gestores de informações e da ausência de compromisso das grandes mídias com a verdade, essa visão tornou-se utópica.

Ao tempo em que a revolução cibernética oportunizou comodidades e ampliou ainda mais a capacidade comunicacional humana, é fato que acelerou a crise do Estado de Direito e colocou em xeque o humanismo, no que podemos identificar como a passagem de uma visão otimista em torno das potencialidades da tecnologia, para uma visão cética, quando não pessimista (LOBO; DE MORAIS; NEMER, 2020, p. 256).

O documentário francês "La fabrique du mensonge" (A fábrica da mentira), produzido pela jornalista Elsa Guiol, e exibido na televisão francesa (TV5 Monde) em outubro/2020, abordou o movimento nos EUA e no Brasil as chamadas mídias digitais bolsonaristas, responsáveis por produzir e propagar notícias falsas. (GUIOL, 2020)

O termo QAnon advém de um usuário anônimo (não se sabe se um indivíduo ou um grupo de pessoas) que começou sua atuação com uma série de postagens na rede social 4chan, um fórum de conversa na internet, em 28 de outubro de 2017. O QAnon tem como fundamento uma teoria da extrema direita de que o ex-presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump, seria o responsável por liderar uma grande e secreta batalha contra os pedófilos adoradores de Satanás do alto escalão

do governo, do mundo empresarial, da imprensa e diversas celebridades. Através das mídias sociais, principalmente o Facebook, o QAnon ganhou muitos seguidores. O Facebook assim como outras mídias sociais recomendam aos usuários páginas e grupos que correspondam a sua área de interesse, a fim de que os usuários passem o máximo de tempo possível nessas plataformas gerando lucro. Em 2018, os adeptos do QAnon saem do anonimato das mídias sociais e passam a comparecer em eventos do então presidente dos EUA. (GUIOL, 2020)

Quando o sujeito está baseado em suas crenças raramente surte efeito contestá-lo demonstrando fatos e argumentos racionais. Os indivíduos então tendem a aceitar como verdadeiras as teorias da conspiração, já que não aceitam atribuir os fatos que ocorrem na sociedade como baseados em elementos aleatórios. Dessa forma, os indivíduos recorrem a acreditarem nessas teorias justamente para recuperar o controle quando se sentem ansiosos, conforme corrobora o psicólogo Sylvain Delouvée: “L'être humain, de manière globale, a horreur du hasard et n'aime pas les explications qui reposent sur des éléments aléatoires.” (TELLING, 2020)

A respeito do Brasil, a maior democracia da América Latina, o documentário "La fabrique du mensonge" relembra ainda, polêmicas criadas durante a última campanha eleitoral presidencial onde simpatizantes do então candidato Jair Bolsonaro acreditavam e propagavam através de diversas mídias sociais, diversas notícias falsas que atribuíam aos candidatos do Partido dos Trabalhadores (PT), principal concorrente do Bolsonaro a vitória da eleição, como a suposta implantação nas escolas públicas do chamado “kit gay” e da “mamadeira em formato de pênis”, que induziriam as crianças a escolherem uma ideologia de gênero e incentivariam que escolhessem como opção sexual a homossexualidade. Essa chuva de desinformação contou com uma estrutura montada para moldar a opinião pública que ficou conhecida como “o gabinete do ódio” onde adeptos dos ideais bolsonaristas faziam disparos de forma massiva de mensagens falsas ou enganosas, através de uma ferramenta muito utilizada pelos brasileiros: o WhatsApp. (GUIOL, 2020)

Diferente de outras plataformas digitais como o Twitter e o Facebook, no WhatsApp as mensagens são criptografadas ponta a ponta, o que significa dizer que não há possibilidade de a comunicação ser interceptada, a fim de serem detectadas quais os conteúdos estão sendo compartilhados, o que assegura a proliferação de conteúdo de forma anônima. Dessa forma, notícias falsas dotadas de caráter ultraconservador circulam livremente nos grupos dessa ferramenta multiplicando de

forma muito rápido. Somente um ano após as eleições de 2018 o aplicativo WhatsApp finalmente adotou algumas medidas para conter a divulgação de notícias falsas, em particular limitando a transferência de mensagens no aplicativo.

É relevante ainda destacar que no cenário brasileiro, devido ao WhatsApp ser incluído sem contar consumo em muitos planos de dados oferecidos pelas grandes empresas do setor, grande parte da população utiliza essa mídia social como fonte primária de informação, o que propicia que grande parte dos usuários não consigam acessar links e informações de fora dessa ferramenta, não tendo assim outros meios para verificar a veracidade do conteúdo.

O documentário "La fabrique du mensonge" aponta ainda que o responsável pelas redes sociais e pela propaganda através das mídias sociais durante a campanha era Carlos Bolsonaro, o filho do candidato Jair Bolsonaro. (GUIOL, 2020)

Desde 2016 já havia um intenso movimento de Jair Bolsonaro e de sua equipe de campanha para conquistar eleitores evangélicos fundamentalistas, prometendo como contrapartida a garantia da manutenção da família tradicional brasileira (heterossexual) e contra movimentos como o feminismo e LGBTQIA+ (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros, queer, intersexuais, assexuados e outras). (GUIOL, 2020)

Outro meio de comunicação utilizado pela direita ultraconservadora para normalizar a visão de que alguns cidadãos merecem ser eliminados da sociedade em prol do bem comum são os chamados programas "pinga sangue", programas jornalísticos televisivos que tem como foco o sensacionalismo e a espetacularização da informação. Com um discurso excessivamente punitivista, o populismo penal midiático, a fim de inflar o medo na população, usa exageradamente imagens violentas e enfatiza os casos de criminalidade, manipulando a grande massa da sociedade. A intenção desse tipo de mídia é conquistar a concordância da população para a amplificação do poder punitivo. A população então passa a acreditar que dar mais poder a polícia, o aumento do contingente policial, a construção de mais presídios, entre outros fatores é a única solução para a proteção da comunidade. Conforme corrobora Zaffaroni (2012):

[...] a criminologia midiática não tem limites, que ela vai num crescendo infinito e acaba clamando pelo inadmissível: pena de morte, expulsão de todos os imigrantes, demolição dos bairros pobres, deslocamento de população, castração dos estupradores, legalização da tortura, redução da

obra pública à construção de cadeias, supressão de todas as garantias penais e processuais, destituição dos juízes.”

Historicamente, líderes fascistas sempre se utilizaram de mentiras e da distorção dos fatos em suas narrativas. Líderes populistas da extrema direita atual seguem se apresentando como detentores da verdade, a fim de dar continuidade a práticas autoritárias sobre a verdade e a mentira. (NETO, 2020)

Para Umberto Eco (1995) o fascismo é um termo impreciso que pode ser utilizado para os mais diversos movimentos totalitários não possuindo uma única essência, por ser uma “ideologia dotada de diversas ideias políticas e filosóficas”, muitas das vezes contraditórias. O fascismo, ou Ur-Fascismo – Fascismo eterno – como ele denomina, “ainda está ao nosso redor, as vezes em trajes civis”. Para o autor o Ur-Fascismo é diferente do fascismo que emergiu na Itália de Mussolini na primeira metade do século XX. O fascismo moderno comunga de atributos iguais ou semelhantes aquele, contudo, usa nuances e símbolos diferentes. O autor indica algumas características do fascismo, que podem não estar presentes todas ao mesmo tempo ou ainda serem típicas também de outros regimes totalitários, contudo defende que basta que uma das características do fascismo se apresente para assim ser definido.

Na intenção de tentar elucidar o momento atual no Brasil, onde questiona-se se extrema direita, que está à frente do poder executivo, tem atributos fascistas, e a luz do Ur-Fascismo de Eco, dentre as quatorze características apontadas por Eco, segue sete correlações entre suas características e a atualidade política brasileira:

1 - Recusa da modernidade

Nessa concepção, o iluminismo e a idade da razão são responsáveis pelo início da depravação. É necessário evitar o progresso dos costumes. Apesar dos fascistas serem aficionados em tecnologia, eles adoram as máquinas e não a ideologia. Sendo assim mantêm a ideia de que o mundo no passado era melhor do que atualmente. Há ainda a adoção de posturas hiper religiosas e anticientíficas. “Nesse sentido, o Ur-Fascismo pode ser definido como ‘irracionalismo’. (ECO, 1995, p. 47)

O governo Bolsonaro se define como conservador e deseja implementar o que chama de “pauta de costumes” que visa: flexibilizar regras sobre compra, porte e posse de armas de fogo a fim de possibilitar que a população se arme, regulamentar

o homeschooling (educação domiciliar de crianças e adolescentes), tipificar a conduta de corromper menores ao tráfico de drogas, estabelecer o excludente de ilicitude onde deve prever situações em que militares não sejam punidos durante operações de Garantia da Lei e da Ordem (GLO), investigar as práticas indígenas, a implementação do projeto “Escola sem Partido” - que diz ter como objetivo proibir a doutrinação política, religiosa moral, ou da ideologia de gênero nas escolas, além de tornar mais rígida a legislação sobre o aborto, bem como diversas outras medidas que demonstram uma recusa da modernidade pluralista e democrática. (RODRIGUES, 2021)

2 – Culto da ação pela ação

A ação deve ser tomada sem reflexão prévia e tem como premissas básicas o Anti-intelectualismo e o irracionalismo. Preocupado somente com a narrativa o líder toma decisões intempestivas, não levando em conta fatos e evidências. Pode manifestar-se através de ataques à cultura, às ciências modernas e a educação de um modo em geral, sobretudo aquela vivenciada nas universidades, já que a formação de alunos com pensamento crítico torna-se perigoso ao fascismo, sendo necessário combatê-la.

Da declaração atribuída a Goebbels (“Quando ouço falar em cultura, pego logo a pistola”) ao uso frequente de expressões como “Porcos intelectuais”, “Cabeças ocas”, “Esnobes radicais”, “As universidades são um ninho de comunistas”, a suspeita em relação ao mundo intelectual sempre foi um sintoma de Ur-Fascismo (ECO, 1995, p. 49).

Intencionando desqualificar a vida acadêmica no interior das universidades federais brasileiras, instituições essas que são símbolos do livre pensamento, em abril de 2019, Abraham Weintraub, que exercia o cargo de ministro da educação do governo Bolsonaro, anunciou um corte de verbas orçamentárias com a seguinte justificativa: “Universidades que, em vez de procurar melhorar o desempenho acadêmico, estiverem fazendo balbúrdia, terão verbas reduzidas”.

Nas mídias sociais houve indignação dos discentes e docentes universitários. No Twitter pesquisadores levantaram a hashtag “#MinhaPesquisaMinhaBalburdia”,

publicizando numerosos relatos de estudos relevantes para a comunidade científica e que beneficiam toda a sociedade. (REDAÇÃO RBA, 2019)

3 – Medo das diferenças

Faz-se necessário estar sempre em busca de um inimigo externo. A premissa básica de uma dinâmica fascista, ou em rumo ao fascismo, é a resistência contra intrusos e pessoas indesejadas pelos fascistas. Acreditando que as minorias devem ceder as vontades das majorias, negam a diversidade com discursos preconceituosos que podem ser xenofóbicos, racistas, misóginos e/ou homofóbicos. “O Ur-Fascismo é, portanto, racista por definição” (ECO, 1995, p. 50)

No ano de 2020, em consonância com o então presidente dos EUA, Donald Trump, que se referiu ao novo coronavírus como o "vírus chinês, o deputado federal Eduardo Bolsonaro, filho do Chefe de Estado do Brasil, publicou através do Twitter, uma sequência de mensagens postadas pelo editor de um portal conservador brasileiro que atribuía a culpa da pandemia ao Partido Comunista Chinês. A publicação contava ainda com o seguinte título: "Mais uma vez uma ditadura preferiu esconder algo grave a expor tendo desgaste, mas que salvaria inúmeras vidas. A culpa é da China e liberdade seria a solução". (FELLET, 2020)

4 – Elitismo de massa

Assim como em qualquer ideologia reacionária, o elitismo é uma vertente fundamental que se baseia no desprezo pelos mais fracos, pelas minorias e pelos menos privilegiados que devem curvar-se a vontade dos que estão no poder. É uma tática de controle de massas baseado no orgulho. “Organizado hierarquicamente (segundo um modelo militar), qualquer líder despreza seus subordinados, e por sua vez, cada um deles despreza os seus subordinados”. (ECO, 1995, p. 53)

Ainda como deputado federal, Jair Bolsonaro já desdenhava das minorias. Em uma discussão pública, no ano de 2017, ele declarou: – “Deus acima de tudo. Não tem essa historinha de Estado laico não. O Estado é cristão e a minoria que for contra que se mude. As minorias têm que se curvar para as majorias”. (ISTO É, 2018)

5 – Populismo qualitativo

Os fascistas afirmam que ao povo é dado o poder de exprimir suas vontades, contudo como não é possível atender a vontade de todos, esses viram apenas uma

ficção teatral. Somente um líder fascista decide através da resposta emocional de uma pequena amostra da população que apoia o governo, o que é a “voz do povo”.

“Cada vez que um político põe em dúvida a legitimidade o parlamento por não mais representar a ‘voz do povo’, pode-se sentir o cheiro do Ur-Fascismo”. (ECO, 1995, p. 55)

Reiterando a opinião de Jair Bolsonaro divulgada em 2018 de que "se caísse uma bomba H no Parlamento, pode ter certeza, haveria festa no Brasil", em fevereiro 2020 deputado Eduardo Bolsonaro questionou através de um comentário no twitter se alguém "choraria" se caísse uma bomba de hidrogênio no Congresso. Essa assertiva refere-se a parte da população que defende o atual governo e tem ideias extremistas e não a toda a população brasileira. (ESTADÃO CONTEÚDO, 2020)

Em suma, de acordo com Umberto Eco, há na ideologia fascista uma debilidade filosófica com práticas heterogêneas e mutáveis, que propiciam que ele assuma diversas roupagens diferentes. O fascismo tem como fundamento o irracionalismo que sobrevive onde não há ciência nem pensamento crítico. Portanto, o Fascismo Eterno está sempre à espreita, o que torna cada vez mais difícil identificá-lo no mundo moderno. Cabe aos cidadãos de todas as partes do mundo desmascará-lo em defesa da Democracia, das Instituições e da Liberdade.

De volta ao nosso objeto de estudo é importante salientar que as notícias falsas não constituem uma novidade no campo do estudo do fascismo, já que esse sempre se alimentou desse tipo de conteúdo. Na tentativa de encontrar meios para entender o contexto atual das Fake News, Bueno (2017) recorre ao conceito de “Mentira Manifesta”, do filósofo alemão Theodor Adorno. As notícias falsas, atualmente chamadas de Fake News, representam então na visão do autor uma atualização da “Mentira Manifesta”, matéria prima no âmbito da atmosfera social do fascismo que tem como uma de suas premissas a completa ausência do compromisso com a verdade.

De acordo com Adorno (1986), mentira manifesta são opiniões patológicas sistematicamente associadas a preconceitos e a declarações que não tem a menor pretensão de possuir correspondência objetiva com a realidade. Devido a sua característica de fortes investimento emocional de natureza narcísica, as mentiras manifestas ou opiniões patológicas baseiam-se na disseminação de notícias falsas, inverdades, delírios como teorias conspiratórias e são imunes a argumentações baseadas na racionalidade, já que a mentalidade fascista se caracteriza por uma atrofia cognitiva emocionalmente induzida que a torna invulnerável a reflexão objetiva.

O indivíduo comum deseja poupar-se do trabalho de esmiuçar a realidade e reconsiderar sua visão de mundo baseada em seus preconceitos muitas vezes nitidamente inconsistentes. Beneficiando-se dessa vulnerabilidade a disseminação da mentalidade fascista conta com a cumplicidade do cidadão comum.

Em vista disso, Bueno (2017) acredita que a razão das intituladas Fake News serem amplamente propagadas pelo grande público não se deve apenas a uma suposta ingenuidade ou falta de formação, mas também há uma demanda irracional, pois, a vida cognitiva e intelectual do sujeito em grande medida está emocionalmente comprometida tornando-se imune a contestações objetivas. Sendo assim, é necessário um grande esforço psicológico para a preservação do auto engano na ideologia autoritária da “mentira manifesta”.

Após a reflexão sobre o conceito de mentira manifesta de Adorno (1986), a luz de Bueno (2017), é possível concluir que fascistas e fanáticos em geral - quer sejam eles de direita, de esquerda, religiosos ou integrantes de máfias, facções e milícias - não estão propensos a argumentação e ao convencimento pela razão, visto que não se importam que determinada notícia seja mentira já que têm prazer em consumir opiniões e notícias que reforcem sua visão de mundo. Uma simples opinião é transformada em elemento integrante da própria pessoa, que conta com uma forma de apoderamento emocional onde opiniões divergentes são compreendidas como agressão pessoal. Dessa forma, o indivíduo melindra-se ao se perceber diante de uma notícia ou de uma ideia qualquer que está em desacordo com seus preconceitos ideológicos, posto que é como se aquele conteúdo se tornasse uma extensão do próprio ego do sujeito. Essa negação a ideias contrárias do indivíduo gera estresse e desconforto emocional, que para se proteger dessa ameaça ao próprio ego prefere negar a própria realidade, a fim de evitar conflitos emocionais ainda maiores.

Segundo Adorno (1986), o esforço e a energia emocional dispendida quando o indivíduo defende seu modo ideológico de pensar, tendo de enfrentar o conflito entre as convicções pessoais e a realidade objetiva, é superior àquela que é empregada pelo intelecto para que ele mudasse de opinião. O empenho necessário para um sujeito ser controlado está na mesma proporção de energia empregue para ter opiniões próprias, baseadas apenas em seu raciocínio.

Um estudo de Waszak, Kasprzycka-Waszak e Kubanek (2018) reuniu dados entre 2012 a 2017 em múltiplas mídias sociais e concluiu que as notícias falsas sobre temas como câncer, ataque cardíaco, derrame, hipertensão, diabetes, vacinações e

AIDS, foram compartilhadas 450 mil vezes, durante esse período. A conclusão da pesquisa foi que é necessário combater a desinformação, as teorias conspiratórias e a crença em mitos médicos, para evitar que os indivíduos tomem decisões errôneas quanto a adoção de medicamentos e tratamentos e a vacinação contra doenças em geral.

Criado em 1973, o Programa Nacional de Imunizações (PNI) brasileiro é reconhecido mundialmente como um dos maiores sistemas públicos de vacinação, e tem como objetivo principal estabelecer o calendário de vacinação e distribuir vacinas gratuitamente, em todo o território nacional. Contudo já há alguns anos o Brasil vem percebendo uma queda de cobertura vacinal do calendário básico de imunização, devido a propagação de notícias que questionam a segurança das vacinas, sem o cabido embasamento científico. Por esse motivo, doenças como o sarampo que já tinham sido consideradas erradicadas, voltaram a assolar o país. No ano de 2019, nenhuma das 15 vacinas do calendário público atingiu a meta de vacinar 95% do público-alvo. (MADEIRO, 2020)

Durante uma pandemia, notícias falsas causam impactos negativos à saúde pública e podem ser responsáveis pela morte de muitas pessoas. Em 1918, na pandemia da Gripe Espanhola, no Brasil a imprensa e até mesmo as autoridades divulgaram muitas informações falsas e receitas milagrosas para o combate da doença. (DOS SANTOS, 2006).

No decorrer da maior crise sanitária mundial do último século, a pandemia da covid-19, a desinformação, agora disseminada de forma muito mais rápida através das mídias sociais, tomou proporções tão grandes que passou a ser referida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como uma “Infodemia”. (BBC, 2020)

No contexto brasileiro polarizado desde as eleições de 2018, sem tolerância e respeito a opiniões discordantes, houve uma facilidade ainda maior na veiculação e compartilhamento de notícias falsas sobre o coronavírus, através das mídias sociais. (RECUERO; SOARES; GRUZD, 2020).

Um estudo sobre as notícias falsas produzidas e difundidas sobre a Covid-19, que foram enviadas por usuários do aplicativo “Eu Fiscalizo”, recolheu dados no Brasil do período de 17 de março a 10 de abril de 2020 e constatou que 65% das notícias falsas ensinavam formas caseiras para precaver o contágio da Covid-19, enquanto 20% prometiam a partir de métodos caseiros a cura da doença. Já um percentual de

5,7% das notícias falsas intencionava golpes bancários e 5% mencionavam golpes sobre arrecadações para diversas instituições de pesquisa. (GALHARDI et al, 2020)

A pesquisa apontou ainda que 4,3% dessas notícias eram sobre a narrativa do uso do novo coronavírus como estratégia política. Dentre as diversas mídias sociais digitais onde essas notícias falsas foram disseminadas, o WhatsApp foi o responsável pela circulação de 73,7% de notícias que desinformavam a população nesse grave momento de crise pública sanitária. A pesquisa concluiu que a disseminação de notícias falsas em saúde, durante a pandemia colabora no descrédito da população a respeito da ciência e das renomadas instituições de saúde pública em todo o mundo, além de diminuir a aceitação da população aos cuidados primordiais de prevenção a covid-19. (GALHARDI et al, 2020)

Em tempos de uma pandemia que somente no Brasil já foi responsável pela morte de mais de 650 mil pessoas, em apenas dois anos, e onde há no comando do país um governo com características do Fascismo Eterno, que tem desprezo pela vida em geral e propaga notícias falsas em detrimento do conhecimento científico, desprezando medidas de prevenção que podem salvar vidas, faz-se urgente este estudo.

1.3 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O presente estudo está dividido em 5 capítulos. O capítulo I é introdutório e objetivou explicitar os motivos e a relevância do estudo no contexto contemporâneo, além de clarificar a questão e os objetivos da pesquisa. No Capítulo II serão evidenciados os conceitos inerentes a problemática do estudo, embasados em diversas fontes metodológicas, buscando a pluralidade de pensamentos. O Capítulo III versa a respeito da metodologia da pesquisa elucidando os procedimentos metodológicos utilizados tanto durante a revisão bibliográfica quanto na parte empírica do estudo. O capítulo IV se ocupa do estudo de caso, que traz uma pequena amostra de discentes de graduação e pós graduação da UFRJ. O Capítulo V discorre sobre as considerações finais da pesquisa, analisando quais as percepções dos discentes sobre a pós-verdade, a desinformação e as notícias falsas e enganosas recebidas através das mídias sociais

2 NÚCLEO TEÓRICO

2.1 HISTÓRIA DA TECNOLOGIA INFORMACIONAL

Com a invenção do primeiro computador de uso geral na década de 40 e sua disseminação na década de 70 a partir da invenção de dispositivos cada vez menores, mais velozes e de menor custo, nasce o que o sociólogo espanhol Manuel Castells (1996), estudioso a respeito das influências das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC's) na sociedade, denomina como a “Revolução da Tecnologia da Informação”. Na década de 70 surge também a engenharia genética, através da clonagem genética, da aplicação de tecnologia na medicina e de micro-organismo alterados utilizados no agronegócio. Contudo, por ser muito tênue a linha entre a ética e a inovação, a biotecnologia caminha de forma mais lenta, com passos mais cautelosos.

Para Manuel Castells, a tecnologia da informação pode ser entendida como um agente de uma nova revolução, que se difere das anteriores devido a sua capacidade de desenvolver-se como uma expansão da mente humana, contribuindo para a definição de uma nova identidade cultural da sociedade:

(...) estamos vivendo um desses raros intervalos da história. Um intervalo cuja característica é a transformação de nossa “cultura material” pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação... (CASTELLS, 1996).

Anteriormente a Castells, o autor Álvaro Vieira Pinto (2005), em sua obra escrita em 1973 e publicada postumamente, abordou a relação entre as TIC's e a sociedade e afirmou que é um equívoco referir-se a sociedade contemporânea como a “Era Tecnológica”. Para esse autor os indivíduos sempre produziram técnicas para se apropriarem e transformarem a natureza, sendo assim, essa não é uma característica apenas da sociedade atual. Afirma ainda, que a explosão tecnológica é um conceito ingênuo porque historicamente a humanidade sempre acreditou viver em um momento de esplendor, no ápice da tecnologia, citando como exemplos a descoberta e difusão da televisão, as descobertas marítimas, o surgimento da imprensa, das primeiras estradas de ferro entre outras tecnologias. Para Pinto (2005), o

maravilhamento do homem com a tecnologia não o deixa pensar nas implicações concretas que surgem em decorrência da relação entre o ser humano e a tecnologia.

Ainda sobre o contexto histórico das TIC's, essas a princípio se concentraram nos EUA na década de 70 devido ao contexto social, a ter um sistema capitalista mais bem estruturado, ao programa "Guerra das estrelas", a possuir universidades equipadas para tal propósito e lá estarem alocados pensadores de diversas áreas que objetivam adentrar no mundo das TIC's. Logo a seguir, todos os países se juntaram na descoberta e difusão das TIC's.

Nas décadas de 60 e 70 o capitalismo era justificado e legitimado no uso da ciência e da tecnologia. Acreditava-se que esses seriam os propulsores da economia. Contudo na sociedade atual há um recuo da racionalidade e a ênfase discursiva não preza mais a ciência. Com a tecnologia digital o saber valorizado é o que ajuda a acumular dados e informações em grandes bancos de dados. Dessa forma, o discurso atual tem referências ideológicas que não se justificam através da ciência.

Em suma, mesmo a tecnologia da informação não sendo a maior revolução tecnológica de todos os tempos, ela é a propulsora de um acelerado desenvolvimento científico e tecnológico, e pode ser descrita como um novo paradigma tecnológico, que tem a informação, e não a tecnologia, como a verdadeira matéria-prima. Sendo assim, entende-se que há uma nova Sociedade Informacional onde tecnologia e conhecimento caminham juntos.

2.2 SOBRE AS MÍDIAS SOCIAIS

No mundo cibernético convergem práticas sociais distintas e plataformas para cada uma dessas práticas ou ainda várias delas. Para o aprofundamento do estudo da função social das mídias digitais, faz-se necessário então que alguns termos sejam elucidados.

Redes sociais são conexões de relacionamento que sempre existiram, enquanto as plataformas de redes sociais são tecnologias que viabilizam essas redes de relacionamento de forma online. Já as mídias sociais compreendem um cenário mais amplo e objetivam a apropriação da tecnologia pelos seus usuários que dão a elas uma função social. Além de uma rede de relacionamento, as mídias sociais são plataformas de produção, divulgação e compartilhamento de conteúdos, opiniões,

percepções, experiências e perspectivas através de diversos formatos de mensagem tais como textos, imagens, áudio e vídeo (THEVENO, 2007).

A locução em inglês “*Social media*” é o termo mais adequado para descrever sobre as plataformas informacionais em que os usuários podem divulgar conteúdos ou que servem para acrescentar conteúdos em outros sites. (KATRI; ESA, 2008 apud Vermelho, 2014). No Brasil, o termo *social media* foi traduzido como “mídia social”. Branco e Matsuzaki (2009) propõe que mídia social seja o vocábulo utilizado para definir as plataformas digitais que propiciam que os usuários compartilhem suas experiências e interajam entre si.

Fato é que as mídias sociais fazem parte do dia a dia da sociedade. Consoante um estudo exploratório realizado por Anita Whiting e David Williams (2013) foram identificados dez motivos gratificantes para que os usuários façam uso das mídias sociais. São eles: interação social, busca de informações, passar o tempo, entretenimento, relaxamento, utilidade comunicativa, utilidade de conveniência, expressão de opinião, compartilhamento de informações e vigilância/conhecimento sobre os outros.

Algumas pesquisas internacionais podem nos dar ideia de uma forma geral sobre o uso da internet e das mídias sociais no mundo atual. De acordo com o relatório da União Internacional de Telecomunicações (UIT) de 2019, cerca de 3,9 de bilhões pessoas, já dispunham de acesso à internet. (ONU NEWS, 2019). Em 2020, o Relatório Social Mundial, publicado pela Organização das Nações Unidas (ONU) mostrou que a desigualdade econômica, inclusive dentro de um mesmo país, também influencia o acesso às tecnologias da informação e comunicação (TIC’s). Um estudo brasileiro de 2021, do Grupo de Pesquisa em Financeirização e Desenvolvimento (FINDE) da Universidade Federal Fluminense (UFF), comprovou que a nível mundial, enquanto 87% da população de países desenvolvidos já possuem acesso à Internet através de banda larga fixa apenas 19% de indivíduos tem acesso nos países em desenvolvimento. (FINDE, 2021)

Como todo o mundo, os brasileiros também estão cada vez mais conectados através da rede mundial informacional e possuem, em sua maioria, dispositivos móveis conectados à internet. O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) produz anualmente uma investigação a respeito do uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no país, seguindo padrões metodológicos e indicadores definidos internacionalmente, pela *Partnership*

on *Measuring ICT for Development*, liderada pela União Internacional de Telecomunicações (UIT). O estudo TIC Domicílios 2020 apontou que o número de domicílios com acesso à internet teve um aumento de 12% em relação aos dados da pesquisa de 2019. No ano de 2021, devido a pandemia da Covid-19 os cidadãos brasileiros se tornaram ainda mais conectados, já que migraram muitas atividades do ambiente presencial para o digital, e segundo a estimativa pesquisa TIC Domicílios 2020 (Edição COVID-19 - Metodologia Adaptada) , 81% da população do país com 10 anos ou mais utilizaram a internet. (CETIC.br, 2021)

Importante salientar, que o acesso à internet e as mídias sociais, no caso da realidade brasileira, ainda segue muito desigual. As pesquisas citadas sobre esse tema demonstram os cidadãos que tem acesso à internet, contudo é necessário a reflexão a respeito que tipo de acesso é esse, com qual qualidade e quais são as dificuldades que esses indivíduos encontram para se inserirem no mundo virtual.

Dentre os cidadãos brasileiros que possuem acesso ao celular, a pesquisa independente Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria do Brasil, produzida por uma parceria independente entre o site de notícias Mobile Time e a empresa de soluções de pesquisa Opinion Box, em janeiro de 2020, concluiu ao entrevistar 2072 brasileiros maiores de 16 anos de idade, que dentre esse público a quantidade de smartphones com WhatsApp chegou a 99%. (PAIVA, 2020)

O Brasil é um dos países que os indivíduos mais utilizam o WhatsApp, principalmente para o envio de mensagens instantâneas, o que pode ser explicado devido ao alto custo de envio de mensagens por Serviço de Mensagens Curtas (SMS). Este serviço com alto custo era o único que permitia o envio de mensagens de um celular para outro antes da chegada do WhatsApp, que hoje envia gratuitamente as mensagens entre usuários. Outro aplicativo de troca de mensagens instantâneas - o Telegram - dobrou sua base em um ano, e está presente agora em 27% dos smartphones nacionais. (PAIVA, 2020)

Aplicativos de troca de mensagens instantâneas, como o WhatsApp e o Telegram, servem de uma espécie de *hub* para outras plataformas sociais, já que através de grupo e canais é possível o compartilhamento de fontes diversas como o YouTube e blogs que disseminam abertamente desinformação. (CHAGAS, 2021)

Importante ainda levarmos em conta novos aplicativos que estão fazendo parte do cotidiano da população brasileira como o TikTok, um aplicativo de mídia que tem como intuito que seus usuários possam criar vídeos de curta duração (de 15, 60 ou

180 segundos) e que a princípio conquistou o público jovem devido as postagens de clipes engraçados, mas que atualmente vem ganhando mais espaço entre todas as faixas etárias. O conteúdo desses vídeos postados na ferramenta vem se ampliando, e possui a facilidade de exportar o vídeo direto para outras plataformas como o WhatsApp e o Instagram.

Em março de 2021 o TikTok criou um “Conselho Consultivo de Segurança para combater desinformação, discurso de ódio e bullying no Brasil” já demonstrando preocupação com a propagação da desinformação através de suas redes. (BARBOSA, 2021) A plataforma demonstrou a intenção de ser um canal de informações baseadas em fatos e criou uma parceria com a ONU, a Fiocruz e diversos parceiros visando o combate a desinformação da COVID-19. (ONU, 2021)

Em vista disso, é de suma importância considerarmos os aplicativos de mensagens instantâneas, redes sociais online, mídias sociais e as plataformas digitais em geral, como uma ferramenta fundamental para a velocidade da propagação de conteúdo, tanto falsos como verdadeiros, na sociedade contemporânea.

2.3 CONCEITO DE PÓS-VERDADE

Nessa nova sociedade informacional, onde a velocidade da informação circula extremamente rápida, tanto as mídias tradicionais, quanto o meio acadêmico e as redes sociais puseram-se a discutir a respeito da pós-verdade. O termo pós-verdade (post-truth), que foi utilizado pela primeira vez em 1992 pelo dramaturgo sérvio americano Steve Tesich, foi eleito pelo dicionário Oxford como palavra do ano de 2016, e conforme o dicionário é um substantivo “[...] que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos a emoção e crenças pessoais”. (DICIONÁRIO OXFORD, 2016)

Associados a pós-verdade estão importantes aspectos da vida social, como a manipulação da opinião pública e das campanhas eleitorais, o retrocesso em educação e cultura, as implicações e consequências das reformas trabalhistas e de previdência social, o conservadorismo em economia e gestão e as graves consequências da disseminação de informações falsas na área de saúde pública. Através de ferramentas como o Youtube, o Facebook, o Twitter, o Instagram, o WhatsApp e o Telegram, há um crescimento da desinformação de forma viral e com efeito exponencialmente explosivo.

Ainda no ano de 2004, um dos autores pioneiros na definição do conceito de pós-verdade, Ralph Keyes já afirmava que não há atualmente uma maior propensão humana em contar mentiras. A diferença é que os indivíduos hoje, mais inteligentes, tem maior facilidade para manipular a verdade, de modo que possam dissimular sem culpa. O conceito é assim apresentado:

Mesmo embora sempre tenha havido mentirosos, as mentiras têm geralmente sido contadas com hesitação, uma pitada de ansiedade, um bocado de culpa, um pouco de vergonha, e, pelo menos, alguma timidez. Agora, pessoas inteligentes que somos, apresentamos razões para manipular a verdade, de modo que possamos dissimular sem culpa. Eu chamo isso de pós-verdade. Vivemos em uma era da pós-verdade. A pós-veracidade existe em uma zona ética crepuscular. Permite-nos dissimularmos sem nos considerarmos desonestos. (KEYES, 2018, p. 20)

Fato é que engano e mentira fazem parte da história da humanidade, contudo o que difere esse novo tempo é como isso ocorre nos dias atuais, e o que computadores e dispositivos móveis conectados à internet permitem fazer com notícias falsas e enganosas. Meios de comunicação alternativos e inéditas formas de relacionamento com a opinião pública são destaque nessa nova sociedade. A verdade já não é tão importante devido a banalização da mentira e uma simples postagem em uma rede social tem o poder de mobilizar massas como nunca antes poderíamos imaginar. Para Llorente (2017), os fatos não são mais tão importantes e sim o ponto de vista do que ocorreu alinhado à ideologia do indivíduo consumidor da notícia.

Os acontecimentos passam a um segundo plano, enquanto o “como” se conta a história ganha importância e se sobrepõe ao “o quê”. Não se trata, então, de saber o que ocorreu, mas de escutar, assistir, ver, ler a versão dos fatos que mais concorda com as ideologias de cada um (LLORENTE, 2017).

A desonestidade dos políticos também sempre existiu. De acordo com D’Ancona (2018), a diferença atualmente é como o público responde a essas investidas. O comportamento dos eleitores passou a ser de apatia e conivência. A notícia falsa é a que mais “rende cliques”, propiciando uma grande e rentável indústria da desinformação que alavanca empresas, instituições e grupos. “Nossas demandas como cidadãos para que a verdade seja dita devem ser moderadas pela razão, mas não amansadas pela complacência. Nossa insistência deve ser implacável”. (D’ANCONA, 2018, p. 128-129).

Vilela (2019) afirma ainda que a pós-verdade é um fenômeno desconhecido da maioria da população brasileira, que, no entanto, tem mudanças em seu comportamento quanto à percepção de verdades e de mentiras devido a esse fenômeno. O autor afirma que: “A pós-verdade cria, então, uma situação paradoxal onde todos acreditam em tudo e ninguém acredita em nada.”

No artigo intitulado “A mentira da pós-verdade” Berckemeyer afirma que não há nada de novo com a utilização do termo pós-verdade. Para o autor desde sempre manipular emoções foi uma forma eficiente para “reforçar preconceitos”. A peculiaridade atual são as redes sociais que propulsionam livres pensadores que podem escrever e ser lidos por uma enorme gama de cidadãos, criando assim “tendências de opinião, capazes de mudar os rumos do debate público”. Berckemeyer reitera ainda que:

Seja como for, uma coisa é clara diante do artificial conceito da pós-verdade: como todas as modas, passará. E quando já tiver passado, todos voltaremos a falar da mentira no espaço público. Não teremos avançado muito neste ínterim, mas ao menos teremos livrado o assunto deste véu de mistério com o qual este pretensioso termo se cobriu e Nietzsche, em algum lugar, poderá sorrir aliviado (BERCKEMEYER, 2017).

Informações científicas tem como base o uso da metodologia científica, sendo possível a reprodução das experiências para verificação de resultados similares. Já informações que circulam nas mídias sociais, através de diversos atores, são mais expostas a contágios, pois não há rigor na sua produção. A desinformação traz danos tanto aos indivíduos como a sociedade como um todo, já que os cidadãos passam a desacreditar de fatos reais.

O artigo “Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the ‘Post-Truth’ Era” escrito por Lewandowsky, Ecker e Cook (2017, p. 354) fala ao leitor de uma sociedade, ainda distópica, que passaria a considerar conhecimento de especialistas (médicos, cientistas...) como elitistas e preferiria acreditar em opiniões livres divulgadas nas mídias sociais. Essa nova sociedade seria o resultado de propensões sociais, como declínio no capital social (confiança entre as pessoas e nas instituições públicas e engajamento cívico), a crescente desigualdade econômica, aumento da polarização com grupos fechados em suas próprias convicções e o enfraquecimento da confiança na ciência. Com a crescente tendência de movimentos políticos mais

radicais e extremistas a visão ideológica dos fatos tem mais relevância do que as evidências.

Com a pós-verdade é possível entender que a desinformação não ocorre apenas por falhas isoladas ou de cognição dos indivíduos. É necessário enxergar a totalidade do problema que deve levar em conta o contexto político e social dos dias atuais. Sendo assim, o problema da pós-verdade não é um defeito no espelho; já que o problema é que esse espelho é uma janela para uma realidade alternativa: “...the post-truth problem is not a blemish on the mirror. The problem is that the mirror is a window into an alternative reality.” (LEWANDOWSKY; ECKER; COOK, 2017, p. 356).

Além disso, segundo com os pesquisadores, as desinformações na era da pós-verdade servem também para distrair os indivíduos de informações indesejadas ou ações políticas potencialmente impopulares. (LEWANDOWSKY; ECKER; COOK, 2017, p. 361).

A problemática da pós-verdade afeta todos os seguimentos políticos e não deve ser classificada como uma expressão de segmentos da esquerda ou da direita. Conforme afirma Junior (2021) “é fundamental que o debate sobre a problemática não seja cooptado por rixas ideológicas”. Para o autor, na pós-verdade, a verdade não desaparece simplesmente nem tão pouco a mentira é institucionalizada. De fato, ocorre que a verdade passa a não ser mais vista como um valor social dominante e inegociável.

Outra consequência desse declínio da verdade é a ascensão do negacionismo científico, que tem por finalidade induzir a população leiga a não confiar na ciência, negando uma realidade comprovada baseada em fatos e evidências científicas. Adeptos do negacionismo científico se organizam e produzem desinformação a fim de acirrar conflitos entre teorias científicas e crenças ideológicas. Daí surgem movimentos negacionistas como o terraplanismo, o antissemitismo revisionista e o movimento antivacina. (JUNIOR, 2021)

Conforme discutido por Napolitano (2021), o termo negacionismo foi concebido após a segunda Guerra Mundial quando a extrema-direita tentou negar o holocausto judeu. Na atualidade, negacionistas utilizam da desinformação para acobertar interesses econômicos sobre temas políticos ou socioambientais. Para o autor: “Negacionismo deve ser entendido como um movimento organizado propositalmente pra fins ideológicos, para espalhar desinformação”. (CARTA CAMPINAS, 2021)

Oportuno ainda mencionar, que a pesquisa "Welcome Global Monitor 2018" que foi divulgada em junho de 2019 pela revista científica Science, entrevistou em 144 países, cerca de 140 mil pessoas, e o resultado do estudo apontou que enquanto 54% dos entrevistados acreditam nos cientistas em um nível médio, 18% responderam confiar em um nível alto, e 14% confiam em um nível baixo. No contexto brasileiro, dentre os países que mais confiam na ciência o Brasil ficou em 111º lugar. O estudo apontou que em torno de 35% dos brasileiros suspeitam da produção científica e aproximadamente 25% acreditam que ela não traz contribuições ao país. Outro dado interessante é que quase 50% dos brasileiros responderam que: "a ciência discorda da minha religião". Cerca de 75% desses respondentes afirmaram que: "quando ciência e religião discordam, escolho a religião". (BORGES, 2019)

2.4 NOTÍCIAS FALSAS - FAKE NEWS

A prática de propagação de Fake News não é recente, como argumentam Delmazo e Valente (2018), contudo esse é um termo em crescente uso em todo o mundo na última década. Inicialmente seu sentido equivalia às notícias falsas, notícias fabricadas ou que não apuram a realidade. As Fake News são definidas também como "artigos noticiosos que são intencionalmente falsos e aptos a serem verificados como tal, e que podem enganar os leitores" (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017 apud Valente, 2018). Para esses autores notícias falsas podem ser propositadamente fabricadas, e ao serem compartilhadas nas redes sociais podem ser confundidas com notícias sérias mesmo tendo provindas de sites de humor, ou ao serem apresentadas as leitoras e leitores através da linguagem de memes, que se espalham facilmente pela internet.

De acordo com a autora Sintra (2019), a "fabricação" de notícias, onde o produtor de conteúdo intenciona desinformar produzindo notícias falsas para serem disseminadas através de diversas mídias sociais tem um grande poder de convencimento ao seu leitor, visto que o conteúdo e o formato parecem reais. Além disso ecossistemas de propaganda em tempo real são utilizados por sites de notícias falsas a fim de que o leitor acredite que a notícia foi lida por muitos outros leitores.

Os autores do Val, Viana e Gouveia (2021) resumiram Fake News como:

[...]uma poderosa ferramenta de propagação em massa de notícias falsas, objetivando distorcer intencionalmente fatos, a fim de atrair audiências,

enganar, desinformar, manipular ou persuadir a opinião pública, desacreditar ou exaltar uma instituição ou pessoa, perante um assunto específico, visando gerar insegurança, hostilidade ou polarização a partir de temas de interesse público como política, economia, saúde ou meio ambiente. Massivamente divulgado para a obtenção de vantagens políticas ou econômicas.

O termo Fake News simboliza ainda um ataque à democracia, à sociedade, à educação e à pesquisa acadêmica (TANDOC; LIM; LING, 2018).

Um estudo sobre a propagação do verdadeiro e do falso nas notícias online, analisou mais de 126.000 histórias divulgadas no Twitter entre 2006 e 2017 e constatou que as notícias falsas são mais propensas a serem disseminadas, e tem como foco principal temas relacionados à política, o que pode causar impactos expressivos na economia. Outras temáticas também difundidas pelas notícias falsas, segundo os autores, são: lendas urbanas, informações financeiras, terrorismo, ciência e tecnologia, entretenimento e desastres naturais. (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018)

Outros autores como Lazer *et al.* (2018) afirmam que a maior propagação de notícias falsas está focada nos temas políticos. Em seguida os temas mais disseminados dizem respeito a vacinação, nutrição, e a bolsa de valores.

Consoante Roets *et al.* (2017) quando um sujeito tem acesso a uma informação incorreta, esse processo não pode ser revertido, visto que, ainda que posteriormente seja revelada como falsa, tal informação continua influenciando, em maior ou menor nível, as ideias e comportamento dos indivíduos.

O diretor da Associação Brasileira de Psiquiatria Cláudio Meneghello Martins em entrevista à BBC News Brasil, no ano de 2018, afirmou que “acreditar em Fake News é um fenômeno sociocultural”. O psiquiatra afirmou ainda que o indivíduo pode ser tomado de uma sensação de bem estar que provoca tanta euforia ao receber uma informação, que passa a não averiguar a veracidade dessa informação, disseminando-a em suas mídias sociais sem uma análise crítica. Vejamos:

Quando a pessoa recebe uma notícia que a agrada, são estimulados os mecanismos de recompensa imediata do cérebro e dão uma sensação de prazer instantâneo, assim como as drogas. Ocorre uma descarga emocional e gera uma satisfação imediata. Isso impulsiona a pessoa a transmitir compulsivamente a mesma informação para que seu círculo de amigos sintam o mesmo. Por isso, há os encaminhadores compulsivos (SOUZA, 2018).

De acordo com Vosoughi, Roy e Aral (2018), o termo Fake News perdeu conexão com a veracidade real das informações e não deve ser utilizado em classificações acadêmicas, por causa da sua utilização, vertiginosa e banalizada, no presente clima polarizado da política e mídia contemporâneas. Segundo os autores, a estratégia política atual é chamar de Fake News qualquer fonte que não apoie a posição política de determinado grupo.

Um artigo das autoras Tobias e Corrêa (2019) fez um levantamento de soluções plausíveis para conter a proliferação de Fake News no ambiente virtual. A necessidade de que os usuários acessem as mídias sociais fazendo uso de uma reflexão crítica das informações recebidas em tal ambiente foi uma das propostas de Cooke (2017), Pangrazio (2018) e Paul (2017). Ciampaglia, Mantzarlis e Menczer (2018) salientaram que apenas com educação a desinformação será combatida. Anderson (2018) e Rochlin (2017) intitularam de alfabetização informacional o que outros autores denominaram de reflexão crítica e educação. Para Lewandowsky, Ecker e Cook (2017) é necessário mobilização política e ativismo público para um maior envolvimento social sobre o assunto. A importância de se praticar o "fact-checking", checagem e verificação da veracidade das informações através de agências de checagem, foi apontada por Albright (2017), Ciampaglia, Mantzarlis e Menczer (2018). Uma relação mais sólida entre bibliotecas, informação e democracia no combate à desinformação é sugerido por Anderson (2018), Fernandez (2017) e Lor (2018).

Diante do exposto acima, entende-se que dentre os autores estudados há pouca diferença entre os conceitos de Fake News, sendo uma opinião consensual que o fundamental é que a sociedade tenha consciência em analisar criteriosamente, e discernir uma informação verdadeira de uma informação falsa. Nessa pesquisa o termo Fake News foi utilizado principalmente na parte empírica do estudo, já que a população em geral melhor se identifica com esse vocábulo. No entanto, assim como alguns autores, acreditamos que esse termo foi banalizado com seu uso indiscriminado.

Além das intituladas Fake News, informações e notícias propositalmente falsas, circulam pelas plataformas digitais discursos nem falsos nem verdadeiros, ou ainda impossíveis de serem verificados.

2.5 BULLSHIT: SOBRE A ARTE DE ENROLAR

Frequentemente os indivíduos discursam sobre um determinado assunto, quer seja por vaidade ou por exigências de outras pessoas, mesmo sendo totalmente ignorante em relação ao que está sendo discutido. As pessoas acreditam que devem ter conhecimento sobre todos os assuntos e dessa forma por vezes apenas falam sem se preocupar com a realidade do fato, não se importando se o que estão afirmando é verdadeiro ou falso. Quer seja em discursos públicos ou em suas vidas privadas, a sociedade já está familiarizada com a ocorrência de pessoas às vezes falarem coisas sem se importar se são verdadeiras ou falsas.

Há ainda os que em um discurso preferem proferir besteiras do que responder ao que está sendo perguntado. Aproveitam-se que os receptores de suas mensagens têm crenças parecidas com as suas e respondem a perguntas dos adversários com alegações vazias e sem sentido.

A expressão em inglês “on Bullshit” é muito utilizada em diálogos informais para desclassificar algum tipo de fala ou declaração que não tem valor algum. Essa expressão pode ser utilizada quando alguém fala besteiras, bobagens, conversa fiada, ou seja, um tipo de fala sem nenhum sentido e desprovido de significação ou coerência. O termo “Bullshit” é muito utilizado na língua inglesa em conversas informais e em filmes, no entanto raramente é utilizado no meio acadêmico.

Para Frankfurt (2005) o termo bullshit pode ser utilizado quando o orador é indiferente sobre a veracidade ou falsidade de suas afirmativas em um determinado discurso, podendo ser descrito como “papo furado”, “besteiras”, “abobrinhas” e “baboseiras”, ou seja, algo dito que é considerado ridículo, enganador ou absurdo, conforme corrobora o autor:

Mentir e blefar são formas de embuste ou de logro. Assim, o conceito mais fundamental que caracteriza uma mentira é o de falsidade: o mentiroso é, em essência, alguém que divulga de propósito uma falsidade. O blefe, também, transmite uma coisa falsa. Entretanto, de forma diferente da mentira pura e simples, ele é mais um caso de tapeação que de falsidade (FRANKFURT, 2005, p. 48).

Frankfurt (2005) relaciona bullshit a termos como farsa, blefe e mentira, contudo, afirma que para mentir, é preciso estar ciente da verdade e procurar evitá-la. Já para utilizar o bullshit como recurso argumentativo basta que o orador seja indiferente a verdade. “É apenas essa falta de conexão com uma preocupação com a verdade - essa indiferença para como as coisas realmente são - que considero a essência da

besteira” (Frankfurt, 2005, p. 33). A normalização e aceitação do bullshit pelos receptores da mensagem reflete em toda a sociedade e segue minando o respeito pela verdade.

Para os "bullshitter", enroladores ou impostores, sua narrativa não deve estar associada a preocupação com a veracidade ou a mentira de suas declarações. Quanto a intencionalidade na utilização do Bullshit é possível que não haja um motivo ou intuito para que o orador faça uso desse recurso, bem como pode ser que ele não se importe com o que os receptores de sua mensagem pensam sobre o fato e sim em transmitir a sua plateia uma ideia a respeito dele próprio. Nesse caso, o orador escolhe ou inventa sua narrativa a fim de satisfazer seu propósito de convencer ou impressionar quem o ouve.

O termo Bullshit, mesmo não sendo muito utilizado no Brasil devido a sua tradução literária mais comum ser "merda", uma linguagem rude e vulgar, aplica-se nas práticas discursivas políticas brasileiras da atualidade. Conforme corroboram os autores Thiollent e da Costa Lima (2020, p. 66):

Nas atuais circunstâncias políticas e com a radicalização ideológica, bullshit consiste em enunciar frases que contenham mentiras, incoerências, falsos dilemas, absurdos, para criar um clima de confusão ou de falsos debates ou para desviar a atenção do público. Como atos de fala, essas sentenças têm um conteúdo que muitas vezes não é nem verdadeiro, nem falso, são pronunciadas por interlocutores interessados em marcar pontos em seus adversários. Ampliadas pelas redes sociais, as incoerências se multiplicam e, às vezes, a grosseria das declarações aumenta.

Bullshit que pode ser descrito como conversa obscura, exagerada, tola ou vazia, permeia todos os meios de interação social, independe de o narrador ter conhecimento da verdade e impulsiona a receptividade e tolerância do receptor da mensagem em discursos pautados em falar bobagens. Dada a frequência com que esse recurso é utilizado, principalmente na política, jornalismo e mídia social, os indivíduos se convencem mais a cada dia que é um fenômeno normal. (CHRISTENSEN *et al.*, 2019)

Paralelamente, os autores Fallis e Stokke (2017) alegam que “bullshitting” é uma forma de falar marcada pela indiferença em relação ao verdadeiro ou ao falso como resposta a um conjunto de questões em discussão. Contudo os autores

entendem que não há por parte do orador o descarte com a preocupação do valor da verdade.

2.6 CONCEITO DE DESINFORMAÇÃO

A desinformação objetivando a distorção de fatos e informações sempre aconteceu na história da humanidade e circularam em todas as épocas e classes sociais. Contudo na sociedade contemporânea a propagação da desinformação se dá de forma muito mais acelerada, já que é difundida através do grande acesso dos usuários as mídias sociais, aos filtros bolha, que mediante a influência dos algoritmos apresentam dados selecionados aos usuários, e também por intermédio dos robôs (bot's) que são programas de computador criados com o objetivo de processar tarefas repetitivas e automatizadas na internet.

A respeito dos filtros bolhas, esses são resultados dos mecanismos utilizados pelos algoritmos das plataformas de mídias sociais, que buscam selecionar os conteúdos que o usuário se interessa em ver e ideias que lhes são afins, baseado nas pesquisas que o internauta costuma realizar, suas curtidas e seus comentários em postagens.

Por conseguinte, os filtros bolhas propiciam a formação de bolhas informativas onde os indivíduos acreditam na verdade que lhe agrada ou que concorda com o seu ponto de vista, impossibilitando a propagação de opiniões diversificadas. As informações consumidas através dessas bolhas não questionam ideias contrárias à realidade do indivíduo nem de suas crenças pessoais. Dessa forma, os usuários ficam presos em sua própria bolha informativa, como elemento de um determinado círculo social, político, econômico, religioso e/ou acadêmico, e acreditam apenas nas verdades que lhes convêm. (VILELA, 2019)

O conceito de desinformação é descrito no dicionário brasileiro da língua portuguesa Michaelis (1999) como a “ação de desinformar”; “dados falsos que induzem ao erro”; “privação de conhecimento sobre determinado assunto; ignorância”. Para o dicionário Oxford (2016), a desinformação é a “informação falsa destinada a enganar, especialmente a propaganda emitida por uma organização governamental para uma potência rival ou para a mídia”. Para Fallis (2015), a desinformação é também informação, propositalmente enganosa. O autor Brito (2015) afirma ainda que desinformação são informações falsas, distorcidas ou enganosas que objetivam mostrar a adversários informações que tem como finalidade que esses tenham uma

leitura falsa da realidade. Desinformação pode ser conceituada também como “uma manipulação da opinião pública para fins políticos através de informação trabalhada por processos ocultos”. (VOLKOFF, 2000, p. 31)

Na língua inglesa, há vários termos para definir o conceito de desinformação. Por “misinformation” compreende-se a informação enganosa não intencional, ou seja, uma desinformação não deliberada. Enquanto isso a expressão “desinformation” é utilizada quando a desinformação como um todo envolve uma série de modalidades, inclusive informações enganosas intencionais e auto engano. Já o vocábulo “deception” é utilizado quando a informação visa enganar o adversário mediante uma ação planejada, através da negação com a tentativa do acesso à fonte e canais alternativos de dados que permitam o questionamento da falsa realidade. (SCHNEIDER, 2020)

Conforme Wardle (2017), a desordem informacional é complexa e pode ser descrita como poluição de informações de baixo nível - manchetes *clickbait*, legendas desleixadas ou sátiras – ou ainda informações de alto nível, sofisticadas e profundamente enganadoras. Os tipos de desinformação por serem diferentes situam-se em uma escala capaz de mensurar a intenção de enganar.

Nesse âmbito, faz-se importante a reflexão sobre o que leva a desinformação contemporânea se disseminar de forma tão intensa. Encontrar a raiz desse enigma é tentar esclarecer se o problema é de quem propaga, quem cria ou quem financia e faz difundir a desinformação. Fato é que indivíduos compartilham desinformação de forma espontânea, quer seja por acreditar em notícias enganosas ou ainda por entenderem que mesmo a informação sendo falsa ela deve ser repassada por atender aos seus valores ou crenças. Contudo, há também operações organizadas para espalhar desinformação que são controladas por grandes interesses financeiros. Nesse caso, a desinformação é uma estratégia para ter determinados ganhos sejam eles políticos, econômicos ou culturais.

A pesquisadora Santos (2021) estuda se há interesses financeiros na propagação da desinformação na sociedade atual e questiona a respeito da “lógica opaca das plataformas digitais”. Tais plataformas não são neutras, visto que são dotadas de interesses econômicos, sociais e políticos, e através dos algoritmos, que tem a função de mediadores entre o conteúdo informacional e os usuários, propiciam poder determinar o que cada sujeito vai consumir no ambiente digital, conforme afirma a autora:

As plataformas agem de acordo com lógicas e regras definidas de forma privada sobre as quais apenas podemos inferir determinados comportamentos, mas sem realmente compreender o que está por trás. A gente não tem acesso aos algoritmos em si, então isso cria uma privatização de regras muito importantes da definição do debate público.

Cada vez mais as plataformas digitais, de forma individual, alteram suas diretrizes de aplicação de políticas de conteúdo, investindo na criação de medidas regulatórias e de controle de conteúdo de formas mais rígidas, com o intuito de conter a propagação de desinformação. No entanto, um conteúdo desinformativo ser excluído apenas de uma única plataforma não garante que ele não continue sendo compartilhado e reproduzido. Por exemplo, um vídeo contendo uma informação falsa ou enganosa, quando detectado pelo Youtube é removido da plataforma, contudo é possível que alguns usuários já tenham feito o download do vídeo. Sendo assim, de posse do vídeo é possível que os usuários propaguem o conteúdo desinformativo através de outras plataformas como o Facebook, WhatsApp, Telegram, entre outras.

Nesse mesmo sentido, Santos (2021) reflete a respeito da “volatilidade das plataformas” digitais como estratégia de perpetuação do conteúdo. Para a autora, essa estratégia é utilizada pelos interessados na propagação de desinformação, que se apropriam da característica multiplataformas do ambiente digital, onde os conteúdos circulam muito rapidamente entre diferentes redes, a fim de escaparem da moderação e da regulação de conteúdo: “O conteúdo ganha vida própria e, em certa medida, passa a independe da referência original. Isso faz com que a exclusão dessa referência original, seja pelo próprio autor, seja por medidas regulatórias, tenha impacto restrito.”

Ainda segundo a pesquisadora, outro ponto crucial para que se possa identificar quais os pilares de sustentação da produção de conteúdo desinformativo são os recursos de monetização de plataformas como Youtube, TikTok e Instagram, onde os autores de conteúdos postados recebem pagamento em dinheiro dos responsáveis pelas plataformas, baseados na quantidade de visualizações e do engajamento dos conteúdos que divulgam, independentemente de serem verdadeiros, falsos ou enganosos. Santos (2021) afirma que: “O papel da monetização, ou seja, da circulação não orgânica nas redes, é absolutamente central para a gente compreender este processo”.

Fato é que notícias que causam surpresa, declarações e conteúdos falsos ou enganosos atraem a atenção dos indivíduos que utilizam o mundo digital. Dessa forma, indivíduos comuns ou cooptados pelo grande mercado podem se utilizar dessa estratégia para ganhar mais “*views*” e “*likes*”. Certamente outros interesses financeiros, econômicos, sociais e políticos estão por traz da desinformação e faz-se necessário que sejam amplamente pesquisados.

Paralelamente a esse entendimento a respeito da desinformação, é de suma importância a reflexão no tocante a educação formal dos indivíduos, desde o nível básico ao superior, porquanto não há preocupação de formá-los como cidadãos críticos que possam se prevenir de acreditar e propagar desinformação, passando então a serem com mais facilidade vítimas de desinformações em geral, inclusive a governamental e midiática.

2.7 PAPEL DA EDUCAÇÃO CRÍTICA MIDIÁTICA EM TEMPOS DE PÓS-VERDADE

Os indivíduos, em todo o mundo, estão utilizando cada vez mais as mídias sociais, não apenas como um canal de entretenimento, mas também para acessar notícias e se informar sobre o que acontece no mundo e em suas comunidades. E muitas vezes, informam-se através de notícias que circulam no seu ciclo de amizade, ao invés de fontes mais confiáveis. Muito conteúdo online não está sujeito a nenhum processo editorial eficaz resultando em desinformação, e mesmo quando sinalizada como imprecisa, pode se espalhar com muita facilidade através das pessoas que compartilham e comentam tais notícias.

Inegavelmente os níveis de leitura na nossa sociedade são muito baixos e nossa realidade atual é o corte de verbas que afeta programas educacionais. O remoto entrou nas salas de aula sem nenhum planejamento para a aprendizagem de forma virtual. É necessário que as sociedades ofereçam ferramentas educacionais para permitir aos educandos discernir a verdade da mentira. (MEDRÁN, 2017)

Importante ainda salientar, que as notícias falsas têm 70% mais chances de viralizar do que as notícias verdadeiras, de acordo com a pesquisa do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), publicada na revista Science, pelos autores Vosoughi, Roy e Aral (2018). Por conseguinte, torna-se extremamente relevante nesse cenário social que perpassa o ambiente escolar, reflexões a respeito de formas de combate a desinformação.

Dentro desse contexto, Chapman (2018) acredita que a alfabetização midiática, sobretudo uma alfabetização crítica da mídia, é a chave para capacitar os cidadãos a terem habilidades e confiança para questionar a exatidão das informações, reconhecer notícias tendenciosas e que possuem pontos de vista extremistas e, em última análise, para fazer melhores escolhas de suas fontes de informação. A autora entende que toda a sociedade tem um papel fundamental a ser desempenhado para que isso aconteça.

Do mesmo modo, Chapman (2018) argumenta que a alfabetização crítica midiática não pode ser vista como uma “pílula mágica” já que esse conceito é dinâmico e evolui em resposta às mudanças tecnológicas, sociais, culturais e políticas. Além disso, os sujeitos mesmo após terem recebido uma educação midiática crítica e desenvolvido habilidades cognitivas para analisar o conteúdo e o contexto das informações no mundo digital, por vezes é insuficiente. Segundo a autora: “Ajudar as pessoas a desenvolverem uma melhor alfabetização crítica na mídia, não será uma panaceia para todos os males digitais, mas deve ser a primeira defesa.” (CHAPMAN, 2018, tradução da autora)

Para que essa alfabetização crítica midiática possa acontecer com efetividade, é primordial o esforço em conjunto entre o Estado, com políticas públicas adequadas, e a sociedade civil, objetivando a conscientização de uma educação cidadã crítica. Essa iniciativa deve começar pela alfabetização científica de crianças e jovens para evitar que sejam usados para propagar notícias falsas, que vem influenciando comportamentos, alimentando mentiras, ódio, preconceitos e outros sentimentos gerados nos dias atuais. Atualmente as informações falsas se perpetuam por muito tempo, a partir de crenças que vem se sobrepondo a fatos verídicos. Indubitavelmente, a alfabetização científica para os educandos faz com que esses participem ativamente do processo de entendimento e das explicações dos cientistas de forma crítica e consciente. (MOTOKANE, 2015)

Em consonância com a ideia da necessidade de políticas públicas para alfabetização midiática dos cidadãos, Becerra (2019) entende que no caso brasileiro, como em alguns outros países, não há interesse público de fazer do ambiente escolar um espaço de diálogo sobre a desinformação. Ocorre que por motivos políticos, para se manterem no poder, há uma ampla frente conservadora empenhada em reduzir a autonomia dos docentes e, por consequência dos discentes, aspirando que a

ausência da alfabetização midiática colabore na manutenção das estruturas hegemônicas, sem um pensamento crítico.

É importante que os usuários das mídias sociais sejam estimulados a conseguirem detectar quais são suas necessidades informacionais, dominar métodos e estratégias de utilização da tecnologia através de ferramentas de busca e recuperação da informação, para dessa forma transformar e desenvolver suas habilidades em conhecimento. (VARELA BARBOSA, 2012, p. 161).

Fundamental também que na educação midiática os usuários das mídias sociais sejam instruídos a identificar notícias falsas por meio de elementos chaves que habitualmente permeiam esse tipo de notícias. São eles: erros ortográficos, fontes não confiáveis ou que não podem ser averiguadas, dados dúbios ou sem importância e atributos que valorizem a opinião que o autor da notícia deseja passar, independentemente dos fatos. (MEDRÁN, 2017)

Nessa linha de pensamento, Ottonicar *et al.* (2015) defende como fundamental que os indivíduos sejam receptores de informação com competência crítica e analítica do contexto em que estão inseridos. Para tal, os sujeitos precisam ter disponível informação qualificada e ainda uma educação formal e não formal de viés de competência crítica em informação.

Investir em letramento midiático crítico, utilizando a tecnologia para analisar, criticar e reconstruir estruturas que influenciam no dia a dia de cada cidadão contribui para atenuar as consequências da pós-verdade. E já que os alunos aprendem de forma antes desconsiderada pela escola, e é certo que não adianta os proibirem desse contato midiático, é importante que a aprendizagem a partir de agora também inclua a internet de forma a encarregar-se em um letramento midiático crítico, buscando uma educação democrática e emancipatória.

Uma estratégia poderia se dar a partir da inclusão no plano de educação formal escolar (desde a pré-escola até o nível superior acadêmico) através da aprendizagem baseada em uma abordagem de ensino de ciências por investigação, a fim de ampliar a cultura científica dos alunos, fazendo-os com que se preocupem com as proposições por trás dos fatos. Através da problematização inicial, da sistematização e da contextualização do conhecimento, os alunos podem levar para a sala de aula suas experiências na vida em comunidade e repensarem estes acontecimentos de forma crítica. Dessa forma, esses indivíduos transformar-se-ão em cidadãos que não acreditam e/ou propagam desinformação, passando então a desempenhar um papel

de indivíduo esclarecedor e divulgador do pensamento crítico junto aos seus amigos e familiares, na comunidade onde vivem e na sociedade em geral.

Com a pós-verdade, o desinteresse pelas ciências e pela busca da verdade, certamente os níveis de ignorância e desconhecimento tendem a crescer. Uma sociedade desinformada, sem direito à livre expressão, e aqui não confundir liberdade de expressão com liberdade de agressão, de forma alguma pode ser uma sociedade democrática. Portanto, é papel das instituições responsáveis pela educação formal, desde as escolas de nível básico até as Universidades, evitarem compactuar com discursos pós-modernos, onde tudo pode ser interpretado, para evitar que esses indivíduos passem a acreditar que os “achismos” são mais importantes do que as verdades comprovadas cientificamente.

Os autores Thiollent e da Costa Lima (2020) sugerem o ensino da epistemologia como um grande aliado ao combate de discursos anticientíficos no meio acadêmico. O estudo da epistemologia, que visa refletir a respeito de como o conhecimento pode ser adquirido e quais são os seus limites, poderá facilitar o entendimento do discente ao analisar um conteúdo científico, levando-o a ser capaz de discernir discursos científicos de discursos pseudocientíficos. Por conseguinte, o aprendente terá mais habilidade em perceber as características do discurso analisado, como sua linguagem e a qualidade de argumentação, a fonte de dados utilizada e atentar aos resultados propostos, que só devem ser generalizados quando fizerem parte de estudos robustos e sistemáticos. Além disso, o estudante que teve o ensino de epistemologia na sua base de formação tende a ter mais competência para verificar de se há deturpação do discurso através de afirmações ideológicas ou baseadas em crenças e valores. Os autores citam ainda que o ensino da epistemologia no nível superior pode (2020, p. 67):

- (1) esclarecer os procedimentos, as etapas e os caminhos necessários para a construção de uma teoria, o que já seria útil para mostrar as grandes diferenças entre as teorias científicas e a simples opinião ou convicção; e (2) apresentar oportunidades para o desenvolvimento do pensamento crítico, permitindo a pluralidade de pontos de vista.

De acordo com Boaventura de Souza Santos: “Epistemologia é toda a noção ou ideia, refletida ou não, sobre as condições do que conta como conhecimento válido” (Santos e Menezes, 2009, p.09). Sendo assim, é importante ressaltar que o estudo

da epistemologia aqui sugerido não pode ser dogmático nem apresentar uma verdade única. Esse estudo deve abordar além da epistemologia clássica, que advém do pensamento dos colonizadores e se pressupõe sabedor de qual conhecimento é ou não válido, também as novas epistemologias ou como denominado por Boaventura “Epistemologias do Sul”, que defende a exploração do carácter pluriversal dos saberes e não somente dos saberes eurocêntricos. É necessário então que o conhecimento, a tradição e a cultura de povos marginalizados e/ou menos favorecidos sejam levadas em conta, conforme corrobora o autor:

"Designamos a diversidade epistemológica do mundo por epistemologia do Sul. O Sul aqui é concebido metaforicamente como um campo de desafios epistemicos, que procuram reparar os danos e impactos historicamente causados pelo capitalismo na sua relação colonial com o mundo."(Santos e Menezes, 2009, p,12)

Outro ponto fundamental que deve ser abordado são as políticas públicas de formação continuada dos professores, para que seja possível um processo de educação midiática factual dos educandos. Em 2017, foi homologada a base nacional comum curricular (BNCC) do ensino infantil e fundamental e, em 2018 a BNCC do ensino médio. Na BNCC ficou definida dentro da área de conhecimento da língua portuguesa um campo denominado jornalístico midiático. (BRASIL, 2018, p. 164) Pode-se afirmar que esse é o campo mais próximo de uma abordagem de educação midiática.

A educação midiática pode ser descrita como: “conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos — dos impressos aos digitais.” (Ferrari; Machado e Ochs, 2020). Nesse sentido, faz-se urgente então um forte investimento na capacitação dos professores, para que esses tenham condições de liderar um processo de ensino aprendizagem midiático.

Um bom exemplo de combate a desinformação utilizando a educação midiática, de modo transversal e interdisciplinar, como uma ferramenta de sucesso é a Finlândia. O país que desde 2014 implementou tal estratégia no seu currículo nacional de escolas públicas, para alunos de ensino fundamental e ensino médio, comprovou que o foco em uma educação midiática e crítica tem dado resultados positivos no combate a desinformação. Fato é que desde o ano de 2019, dentre os 35 países europeus investigados pelo *Media Literacy Index*, que é avaliado pelo *open Society Institute de*

Sofia, localizada na Bulgária, o país nórdico ocupa a primeira posição no ranking, sendo considerado o mais resiliente a desinformação. (vivo, 2021)

O relatório Media Literacy Index, de 2021, afirma ainda a importância da educação como uma melhor abordagem para enfrentar conteúdos desinformativos a respeito da adesão ao público de campanhas de vacinação, principalmente durante a pandemia da covid-19. (OSIS.BG., 2021)

2.8 CONSIDERAÇÕES

De acordo com o exposto nesse Capítulo, pode-se concluir que o mundo está vivenciando um novo tipo de sociedade: a sociedade informacional, que tem a informação como seu bem mais valioso. Nessa nova sociedade, a tecnologia digital é responsável por uma mudança abrupta na forma como os indivíduos se comunicam, lidam uns com os outros e entendem o mundo. Além disso, a velocidade com que a informação – quer seja ela falsa ou verdadeira - se propaga está mais acelerada a cada dia. Essas informações são propagadas através de diversas ferramentas que surgem a todo tempo, como os aplicativos de mensagens instantâneas, as redes sociais online, as mídias sociais e as plataformas digitais em geral.

Esperava-se que dotados de tantas informações, com uma crescente facilidade de acesso e manipulação a qualquer momento através das redes mundiais de computadores, os seres humanos pudessem utilizar esse meio para a geração apenas de conhecimento. Contudo nesse novo ambiente hiper informacional, para a maioria da população, tornou-se difícil discernir informações verdadeiras e falsas que circulam na rede. A desinformação, bem como todos os tipos de notícias falsas e enganosas sempre fizeram parte da história da humanidade, todavia com a explosão da tecnologia digital, os imigrantes digitais e até os nativos digitais não estão preparados para conviver em meio a tantas inovações tecnológicas. Soma-se a isso que a sociedade atual está imersa em uma época onde crenças e ideologias estão acima da razão e da ciência, o que pode ser denominado como um contexto de “Pós-verdade”.

A Pós-verdade é um conceito pouco conhecido pela maioria da população, todavia esse fenômeno exerce uma influência direta sobre as decisões dos indivíduos, que podem escolher acreditar, duvidarem ou desacreditarem de conteúdos recebidos através de suas mídias sociais. Como diversas outras nomenclaturas o termo pós-verdade pode ser um vocábulo de uso passageiro, mas o que a sociedade

está vivenciando nos dias atuais corresponde a definição do conceito que esse vocábulo expressa.

E no cenário da pós-verdade a desinformação passa a não ser aceita e propagada apenas por indivíduos de baixa cognição, já que suas percepções no tocante a julgar se um conteúdo é verdadeiro ou falso, se devem ao contexto onde esses indivíduos estão inseridos, quer seja no âmbito político e/ou social. A verdade então pode ser reformulada de acordo com o ponto de vista dos sujeitos, que não se importam em basear seu entendimento da verdade na realidade dos fatos ocorridos.

Nesse contexto, em tempos de pós-verdade, a polarização e conflitos entre teorias científicas e crenças ideológicas estão presentes nos debates da sociedade. Os adeptos ao negacionismo científico, a fim de instigar tais conflitos, produzem e disseminam a desinformação. Ademais a desinformação influencia o comportamento dos indivíduos, estimulando atitudes de ódio e preconceitos.

Outra expressão muito comumente utilizado nos dias de hoje é “Fake News”. Tal vocábulo, ainda que tenha sido banalizado ao ser utilizado para designar tudo que não combina com as ideias já preconcebidas dos sujeitos, pode ser entendido como notícias ou conteúdos falsos ou enganosos. Esses conteúdos informacionais podem ser intencionalmente fabricados e facilmente são confundidos com informações verdadeiras, ainda que provindas de sites de humor ou em forma de memes. Seu objetivo é desinformar, manipular e persuadir a opinião pública.

Saliente-se ainda que notícias falsas são disseminadas cerca de 70% mais rápido do que as notícias verdadeiras, e ainda que sejam desmentidas posteriormente seguem influenciando em maior ou menor grau as ideias e os comportamentos dos seus leitores. Paralelamente a surpresa que os conteúdos com desinformação geram nos indivíduos, aumenta o tempo das pessoas nas redes.

As notícias falsas intencionam distorcer fatos com o objetivo de enganar, desinformar, manipular ou convencer a opinião pública a desacreditar ou superestimar a imagem de alguém ou de alguma instituição em destaque na sociedade. O foco principal desses conteúdos desinformacionais são temas relacionados à política. Outros temas que são influenciados pela onda de desinformação moderna dizem respeito ao entretenimento, a ciência e tecnologia, informações financeiras, bolsa de valores, terrorismo, meio ambiente, desastres naturais e cuidados com a saúde - como a vacinação e a nutrição - além da área de educação.

Não há uma única solução plausível para a problemática enfrentada nos dias atuais. Faz-se necessário então um conjunto de ferramentas que possam a curto, médio ou longo prazo, mitigar o problema da pós-verdade e da difusão da desinformação. Alguns recursos que podem ajudar são a prática de verificadores profissionais como " fact-checking" e a educação crítica midiática, que deve objetivar conscientizar os indivíduos a analisarem criteriosamente, e a discernirem uma informação verdadeira de uma informação falsa, além de fazerem melhores escolhas de suas fontes de informação. A regulação das plataformas digitais também é fundamental para conter a desinformação, contudo deve haver a preocupação quanto ao respeito a liberdade de expressão.

Há ainda outros conteúdos que circulam pelas plataformas digitais com discursos nem falsos nem verdadeiros, ou ainda impossíveis de serem verificados. Esses podem ser denominados como "Bullshit", termo intrinsecamente ligado a farsa, blefe e mentira, e que independe do seu orador ser indiferente ou não a verdade.

Em tempos de um mundo hiper informacional com a ampliação das formas de acesso à informação através da internet, a desinformação é mais do que a ausência de informação e acarreta um enorme impacto negativo para a sociedade, já que informações que desinformam fazem com que os cidadãos deixem de acreditar em fatos.

Os capítulos a seguir constituem um esforço no sentido de articular teoria, método e dados, para uma maior concretude desse estudo. Para tal, será demonstrada a parte empírica desse trabalho, através dos dados coletados com uma pequena amostra de alunos de graduação e pós-graduação da UFRJ, que contribuíram com essa pesquisa expressando suas percepções a respeito da problemática desse estudo. O objetivo dessa prática é ancorar e comprovar os dados conceituais e teóricos até aqui apresentados, através da experiência dos sujeitos dessa pesquisa no seu cotidiano.

3 METODOLOGIA

Nesse capítulo serão descritas a metodologia e os procedimentos metodológicos do presente estudo. De acordo com Minayo (2001): “Entendemos por metodologia o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade. Neste sentido, a metodologia ocupa um lugar central no interior das teorias e está sempre referida a elas.”

Dessa forma, faz-se necessária uma descrição além de teórica dos métodos utilizados nessa investigação, importando ainda uma descrição detalhada da parte prática dos procedimentos metodológicos, que proporcionaram um melhor entendimento e resultado dessa pesquisa.

3.1 METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia que alicerçou este estudo é a pesquisa qualitativa. Para tanto, foi utilizado como método de pesquisa um estudo de caso, com aplicação de elementos norteadores do uso da metodologia participativa inspirado no conceito de dialogicidade, através do diálogo problematizador, tendo como base a suspensão de ideias preconcebidas e o respeito a opinião tanto do investigado como do investigador (FREIRE, 1987).

Foi considerado na escolha do método qualitativo que o assunto define o método, ou seja, que o objeto em estudo deve ser determinante para a escolha do método de acordo com a complexidade da realidade do caso (FLICK, 2004).

Essa investigação teve como premissa o princípio da produção de conhecimento como um trabalho coletivo, em que a população a ser pesquisada é formada por sujeitos capazes de pensar, e não apenas objeto de estudo passivo a ser pesquisado. Diante desse cenário, tendo em vista que o objetivo desta pesquisa não é em função de uma ação para solucionar problemas, ainda assim foi utilizada a pesquisa ação como inspiração, estabelecendo uma comunicação horizontal entre a pesquisadora e a população a ser pesquisada de modo cooperativo e participativo, já que não há saber mais ou saber menos, e sim a troca de saberes através do diálogo.

Em vista disso, a proposta da pesquisa foi apresentada a alguns dos sujeitos a serem investigados objetivando envolvê-los na pesquisa desde o seu início, em uma

tentativa de todos os saberes prévios serem considerados e mapeados baseados nas práticas e experiências pessoais e coletivas.

A análise dos dados coletados foi inspirada no método de análise de conteúdo qualitativo do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) e baseou-se nos seguintes conceitos: "expressões chave", "ideias centrais" e "discursos do sujeito coletivo" Lefevre e Lefevre (2006, p. 04). Tal método utilizado na pesquisa social consiste na análise de conteúdo do discurso individual dos respondentes, a sistematização e categorização de ideias centrais desses discursos e a síntese dos discursos individuais. (LEFEVRE; LEFEVRE, 2012).

De acordo com Lefevre e Lefevre (2006, p. 01): "A aplicação da técnica do DSC a um grande número de pesquisas empíricas no campo da saúde e também fora dele (banco de DSCs) tem demonstrado sua eficácia para o processamento e expressão das opiniões coletivas".

Os sujeitos entrevistados nesse estudo representam uma coletividade com a soma de 33 indivíduos, que tem características sociológicas pertinentes ao tema da pesquisa. A fim de constituir uma opinião da comunidade estudada utilizou-se questões fechadas como estratégia para transformar opiniões individuais em entidades iguais ou equalizáveis. Já através de questões abertas os respondentes puderam relatar as suas experiências de vida com o tema pesquisado.

Na análise de dados de algumas questões abertas optou-se por categorizar as respostas. A fim de garantir a padronização e a transparência dos procedimentos efetuados durante esse estudo, para que seja possível posteriormente resgatar os discursos dos respondentes e repetir esta análise de dados, segue os passos metodológicos que foram seguidos:

1. Análise do conteúdo respondido por cada indivíduo participante.
2. Observação dos relatos de determinadas experiências comuns entre esses indivíduos, e separação desses fragmentos de discursos.
3. Definição dos discursos sínteses baseadas em trechos idênticos aos dos depoimentos, que apontam os conteúdos fundamentais das respostas.
4. Categorização dos conjuntos de discursos sínteses de acordo com as ideias centrais dos discursos analisados.
5. Quantificação da representação de cada categoria de discurso.

O resultado dessa pesquisa foi compartilhado entre todas as partes e amplamente difundido entre os envolvidos.

3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os seguintes instrumentos foram utilizados durante a investigação:

- revisão bibliográfica de literatura a respeito do tema, a partir do recolha de referências teóricas já estudadas e publicadas por meio de livros, escritos eletrônicos, artigos científicos, documentários e páginas de web sites;
- aplicação de questionário online a fim de captar informações na coleta de dados objetivando conhecer o perfil, a vivência e a opinião do público-alvo sobre a temática do estudo.

A escolha do instrumento questionário online como método de coleta de dados se deu devido ao momento em que foi desenvolvida essa pesquisa, que não era recomendada a entrevista presencial devido as restrições impostas pela pandemia da COVID-19. Com a pandemia as instituições de ensino suspenderam todas as atividades presenciais, sendo o ambiente remoto a única forma de contato com os alunos de todos os níveis de formação. Foi possível ainda a escolha do questionário online como ferramenta de coleta de dados, devido a idade da população estudada (jovens em sua maioria) que possuem habilidades para ler e escrever, já que são discentes universitários, conforme aconselha Fortin (2009, p. 236). Importante salientar que no decorrer da coleta de dados online observou-se que este tipo de técnica possui algumas vantagens em relação ao método presencial de coleta de dados, pois mostrou-se eficaz ao permitir o total anonimato dos respondentes e assegurar o afastamento entre investigador e investigados durante a coleta de dados. De acordo com Fortin (2009): “o questionário é um instrumento de medida que traduz os objetivos de um estudo com variáveis mensuráveis. Ajuda a organizar, a normalizar e a controlar os dados, de forma que as informações procuradas possam ser colhidas de uma maneira rigorosa”.

Para um maior detalhamento dos passos dessa investigação, as informações a respeito da forma de divulgação do questionário online encontram-se no apêndice E.

3.3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA DE LITERATURA

Uma análise meticulosa das publicações sobre o tema foi feita a partir de variada documentação. Foram utilizadas bases de publicações científicas, artigos e literatura acadêmica, além de outros tipos de fontes como jornais eletrônicos, sites de notícias, revistas científicas e documentários televisivos. Dessa maneira, utilizou-se todas as mídias disponíveis para a coleta de informações a respeito de fatos e conceitos referentes aos assuntos do estudo.

Por ser um tema com literatura em franca expansão, nos últimos meses dessa pesquisa muitos artigos, teses e livros foram publicados. Por esse motivo, segue uma listagem com vasta bibliografia não lida pelos autores, porém aqui aglutinada para auxiliar os investigadores que tenham interesse no tema (vide apêndice A).

3.4 ELABORAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Neste estudo, foi utilizado como técnica de coleta de dados de inquérito primário um questionário de autopreenchimento disponibilizado de forma online, com questões diretas e indiretas, elaborado baseado na revisão bibliográfica feita durante esse estudo, objetivando desenvolver questões que dominassem as temáticas presentes. Foram utilizadas também na elaboração do questionário perguntas, adaptadas ao contexto dessa pesquisa, já utilizadas em questionários de outros estudos, almejando assim uma maior segurança no processo de recolha de dados ao conter questões que já foram previamente testadas e validadas, conforme aconselha Ramos (2008, p. 65): “É muito útil, até pela possibilidade de comparar resultados, usar questionários já trabalhados e validados por outros autores”. Para um melhor entendimento sobre as questões do questionário que foram adaptadas de outros estudos, e ainda objetivando que comparações entre a presente pesquisa e as anteriores possam ser feitas, vide apêndice B.

O uso do questionário é indicado por Fortin (2009) quando o estudo consistir em abordar os participantes ao que concerne em fatos, ideias, comportamentos e sentimentos. A construção do questionário desse estudo se deu baseada nas 5 etapas propostas pelo autor: seleção da informação a ser coletada, formulação de questões de escolha, fixa, múltipla e de resposta livre; precisão da sequência das questões e

do formato do questionário; revisão do esboço do questionário e o pré-teste. Fortin (2009, p. 263)

A ferramenta escolhida para a construção do questionário online foi o Google Forms, aplicativo de gerenciamento de pesquisas gratuito do Google compatível com todos os navegadores e sistemas operacionais. A seleção dessa ferramenta foi baseada principalmente nos respondentes, já que esta é uma ferramenta de fácil manipulação, interface amigável, estável, que permite ao usuário responder ao questionário através de dispositivos móveis e sem a necessidade que o respondente tenha registro na plataforma para enviar as respostas. Aos investigadores essa plataforma gratuita ainda possibilita a geração de gráficos estatísticos e relatórios de forma fácil.

Na construção do questionário, nas perguntas fechadas, onde o inquirido não pôde responder livremente, procurou-se evitar questões que exigissem classificações binárias (sim ou não / falso ou verdadeiro), sendo então na maioria das perguntas dada aos respondentes uma maior possibilidade de responderem ao correspondente a realidade, já que, geralmente, um conteúdo propositalmente falso é uma fusão de afirmações falsas e verdadeiras.

Mesmo em concordância com os autores Vosoughi; Roy; Aral (2018) no que concerne a não utilização do termo Fake News em classificações acadêmicas, esse termo foi utilizado na elaboração do questionário, visto que a população em geral tem mais intimidade com este vocábulo quando se refere a todo tipo de conteúdo de teor duvidoso, desinformação e notícias falsas ou enganosas.

Da mesma forma, para facilitar o entendimento dos respondentes dessa pesquisa no questionário não houve diferenciação entre os termos mídias sociais e redes sociais, sendo adotado apenas o segundo termo.

Preliminarmente, foram formuladas questões baseadas nos objetivos desse estudo, e visando “dar voz” a população a ser investigada e validar o instrumento de medida e colheita de dados foi executado um teste prévio, onde quatro potenciais participantes responderam ao questionário, possibilitando sua adequação de acordo com as dificuldades e necessidades apontadas. Os participantes do teste prévio validaram o questionário confirmando a precisão e clareza de perguntas ao compreenderem claramente o que foi perguntado. Após o teste prévio foi feito o aperfeiçoamento do questionário inicial, baseado nas considerações do público

respondente nessa etapa. A versão final do questionário pode ser consultada no apêndice G.

A fim de otimizar o tempo de resposta do questionário foram utilizados a maiorparte de recursos da ferramenta Google Forms, com questões contendo caixas deselegão, listas suspensas de múltipla escolha, definição de parâmetros para a entrada de dados. O questionário possui ao todo 62 questões, mas devido a haverem questões condicionadas as respostas dos participantes nem todas as perguntas são abordadas de uma só vez. A tabela 01 mostra as seções presentes no questionário:

Tabela 1 – Seções do questionário

Seção	Perguntas	Descrição
01	01	Versa a respeito de uma breve explicação sobre o tema da pesquisa, a coleta do e-mail do participante e sua concordância com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido*.
02	02 a 07	Sobre os dados do respondente, visando a caracterização da população da amostra, ou seja, recolha de dados sociodemográficos.
03	08 a 16	A cerca dos dados referentes a profissão e formação acadêmica do respondente.
04	17 a 23	Sobre hábitos dos respondentes de utilização de internet e plataformas digitais
05	24 a 55	Recai sobre a percepção dos respondentes a respeito dos conceitos de Fake News, pós-verdade e desinformação.
06	56 a 61	Diz respeito a percepção dos respondentes a respeito de formas de se protegerem de conteúdos falsos ou enganosos.
07	62	Observações que o respondente julgar necessárias.

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

4 ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS INDIVÍDUOS ESTUDADOS

Nesse estudo, obteve-se respostas a todas as informações contidas no questionário já que apenas o nome do respondente não era um campo obrigatório, a fim de preservar o anonimato dos participantes da pesquisa. As demais questões eram obrigatórias para o envio final do formulário.

A população estudada contou com 33 discentes da UFRJ que responderam ao questionário online e foram considerados aptos a serem investigados. Para um melhor entendimento, esta população pode ser assim agrupada:

- Grupo de Mestrandos – Alunos de pós-graduação da UFRJ do PPGTDS/NIDES.
- Grupo de Graduandos - Alunos de graduação de diversos cursos da UFRJ.

Conforme demonstrado na Tabela 2, os discentes que participaram do estudo pertencem aos seguintes cursos na UFRJ:

Tabela 2 – Participantes do estudo

Grupo	Quantidade de Participantes	Curso
Mestrandos	09	Tecnologia para o Desenvolvimento Social - Turma2020
	05	Tecnologia para o Desenvolvimento Social - Turma2021
Graduandos	01	Defesa e Gestão Estratégica Internacional
	08	Engenharia Ambiental.
	2	Engenharia Civil.
	1	Engenharia de computação.
	1	Engenharia de Produção.
	1	Engenharia Metalúrgica
	3	Engenharia Química

Grupo	Quantidade de Participantes	Curso
	2	Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social.

Fonte: Elaboração da autora (2021)

4.2 DADOS COLETADOS

Os mestrandos participantes do estudo, caracterizam-se por idades bem variadas com predominância entre 30 e 45 anos. Já os graduandos respondentes, em sua maioria, têm menos de 29 anos de idade. Quanto ao gênero os mestrandos têm predominância de participantes de gênero feminino enquanto os graduandos dividem-se entre gênero masculino e feminino. A diferença de gênero observada entre os dois grupos pode ser justificada pela maioria dos mestrandos serem da área de ciências humanas enquanto a maior parte dos graduandos são da área de ciências exatas, conforme explica Pinto, De Carvalho, Rabay (2015): "...há na educação superior um gendramento em que as mulheres estão mais presentes nas áreas de ciências humanas, sociais e da saúde; e os homens mais presentes nas áreas das ciências exatas, naturais e tecnologias."

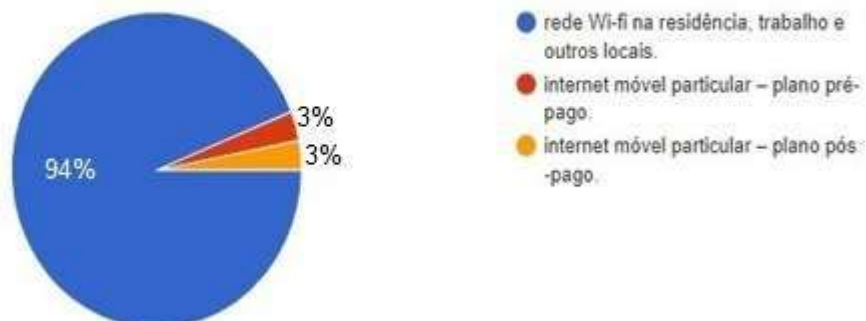
Não foram observadas diferenças significativas entre os grupos quanto a auto declaração de raça que totalizou: 49% de raça branca, 27% de raça parda, 15% de raça preta e 9% raça amarela ou não declarada. Nota-se que entre os respondentes mestrandos quase a totalidade possui alguma atividade remunerada para manter seu sustento enquanto que entre os graduandos a grande maioria tem seu sustento custeado por terceiros ou é bolsista da Universidade. Todas as características sociodemográficas dos participantes, que foram coletadas, se encontram no apêndice C.

De acordo com os dados coletados, verificou-se que a maior parte da população estudada tem acesso a internet através de rede Wi-Fi, conforme demonstrado no Gráfico 1:

Gráfico 1 – Forma de acesso as redes sociais.

Para acessar suas redes sociais, na maioria do tempo, você utiliza:

33 respostas



Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

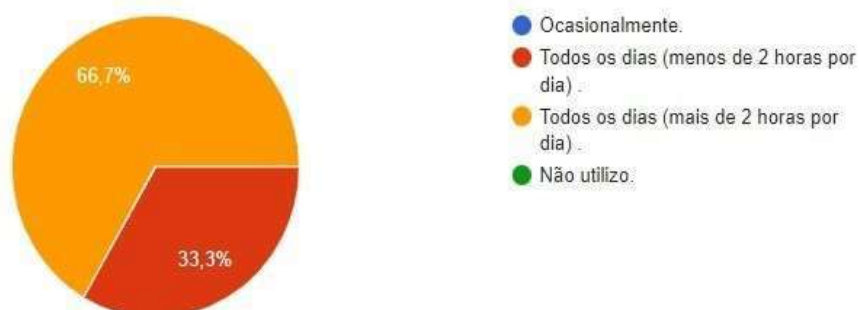
Apenas dois participantes do estudo, do grupo de graduandos, responderam que não podem conectar-se à Internet através da rede Wi-Fi. Um deles tem acesso a rede através de internet móvel particular – plano pré-pago enquanto o outro acessa através de internet móvel particular – plano pós-pago.

Todos os participantes do estudo afirmaram utilizar diariamente a plataforma digital WhatsApp, conforme demonstrado no Gráfico 2:

Gráfico 2 - Uso do WhatsApp

Você utiliza o WhatsApp?

33 respostas

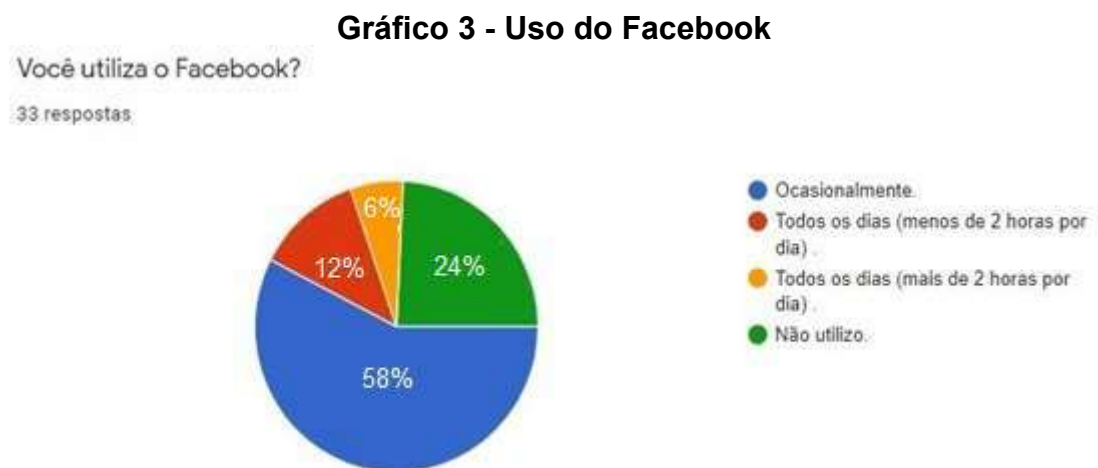


Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

Quando indagados sobre com que finalidade fazem uso do WhatsApp todos os pesquisados informaram utilizar a ferramenta como forma de

comunicação rápida: troca de mensagens instantâneas, chamadas de voz e troca de arquivos. No entanto, para além dessa funcionalidade os usuários afirmaram que usam o WhatsApp como forma de entretenimento (18%) e como fonte de informação de notícias (9%). Os três participantes que responderam utilizar o WhatsApp como fonte de informação de notícias fazem parte do grupo de graduandos.

A maioria dos participantes do estudo são usuários do Facebook apenas ocasionalmente, conforme revela o Gráfico 3:



Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

Os usuários do Facebook que participaram dessa pesquisa utilizam esta plataforma com objetivo de entretenimento (64%), para conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e fotografias (60%) e como uma ferramenta de trabalho, divulgação de negócios, serviços e produtos (28%). No questionário online cada respondente pôde marcar mais de uma opção de utilização da ferramenta.

Ainda sobre essa questão, 06 participantes do grupo de graduandos e 03 participantes pertencentes ao grupo de mestrandos responderam que utilizam o Facebook como fonte de informação de notícias, totalizando 27% dos respondentes.

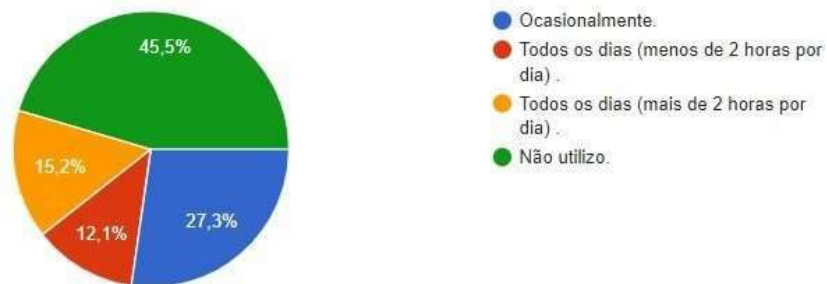
Dentre as respostas recebidas, o grupo de mestrandos é o que menos faz uso do twitter. Pode-se considerar que seja por uma questão de faixa etária e/ou

por formação acadêmica, necessitando maiores estudos. No geral, o Gráfico 4 demonstra a realidade dos discentes pesquisados que fazem uso dessa ferramenta:

Gráfico 4 - Uso do Twitter

Você utiliza o Twitter?

33 respostas



Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

Entre os usuários do twitter nota-se que 72% utilizam essa ferramenta para entretenimento, 77% como fonte de informação de notícias, e apenas 5% como ferramenta de trabalho. Esclarecendo que um mesmo usuário pôde selecionar mais de uma opção como finalidades do uso dessa plataforma.

Na população investigada ficou explicitado que todos já estão familiarizados com a expressão “Fake News” já que que 100% dos respondentes afirmaram saber do que se trata.

As Tabelas 3 e 4 exibem as respostas sobre o que os respondentes acreditam ser o conceito de Fake News.

Tabela 3 – Conceito de Fake News- Mestrandos

Grupo: Mestrandos		
Categoria	Discurso Síntese	%
Notícias, informações ou mensagens falsas.	Notícias falsas.	100%
	Informações falsas.	
	Notícias falsas.	
	Uma notícia que não é verdadeira.	
	Notícias falsas.	
	Notícias falsas.	
	Notícias falsas.	
	Notícias falsas.	
	Notícias falsas.	

Grupo: Mestrandos		
Categoria	Discurso Síntese	%
	Notícias falsas.	
	Notícias que contém informações falsas.	
	É o compartilhamento de notícias falsas.	
	Mensagens falsas.	
	Notícias falsas.	
Notícias ou informações falsas publicadas como verdadeiras.	Informações falsas com 'verniz' de verdade.	36%
	Notícias falsas que são disseminadas como se fossem verdadeiras.	
	Notícias falsas publicadas como verdadeiras.	
	Notícias falsas que são transformadas em verdades.	
Intencionam desinformar o receptor da mensagem.	Criadas para confundir as pessoas.	21%
	Tem a intenção de desinformar seu leitor ou espectador.	
	Criadas com intenções específicas.	
Tem como característica a distorção ou manipulação dos fatos.	Notícias falsas manipuladas deliberadamente.	14%
	Notícias falsas que são manipuladas/transformadas em verdade.	
Podem ser de sentido ambíguo.	Notícias de duplo entendimento.	7%
Podem ser verdades aumentadas.	Notícias que por vezes podem ser até são verdadeiras mas aumentadas.	7%
Não são fundamentadas em fatos.	Uma notícia não fundamentada em fatos.	7%
Não possuem fontes seguras de informação.	Notícias sem fonte segura da informação.	7%
São geralmente de cunho político.	Mensagens falsas, geralmente de caráter político.	7%
Tem como característica o compartilhamento através das redes sociais.	São espalhadas pelas redes sociais.	7%
Podem ser divulgadas em outros meios de comunicação além das redes sociais.	São amplamente divulgadas nas redes sociais e em outros veículos de comunicação."	7%
Intencionam difamar a imagem ou confundir a atuação de certos grupos da sociedade.	Tem o intuito de denegrir a imagem de certos grupos ou confundir suas atuações.	7%
Intencionam difundir ódio e medo.	Criadas para difundir ódio e medo.	7%
Objetivam justificar ações ou ideologias.	Compartilhamento de notícias falsas para justificar ações/ideologias.	7%

Fonte: Elaboração da autora (2021).

Tabela 4 – Conceito de Fake News - Graduandos

Grupo: Graduandos		
Categoria	Discurso Síntese	%
Notícias, informações ou mensagens falsas.	Notícia não verdadeira.	79%
	Difusão de informação errada.	
	Informações que carregam afirmações inverídicas.	
	Veiculação de Notícias Falsas.	
	Notícias falsas.	
	Material não verdadeiro.	
	Informação falsa.	
	Notícias com informação incorreta.	
	Notícias mentirosas.	
	Notícias falsas.	
	Notícias mentirosas.	
	Notícias falsas.	
	Notícia falsa.	
	Notícias mentirosas.	
Informações ou notícias falsas.		
Não possuem fontes seguras de informação.	É toda notícia que divulgamos sem obter dados ou fontes segura.	21%
	Notícias/Matérias sem embasamento e fontes.	
	Notícias que não possuem fonte comprovadas.	
	Informações ou notícias falsas, geralmente espalhadas sem antes confirmar sua fonte	
Tem como característica a distorção ou manipulação dos fatos.	Difusão de informação alterada propositalmente.	16%
	Distorções de um fato.	
	Notícias/Matérias manipuladas.	
Tem como característica o compartilhamento em massa através dos meios digitais.	Materiais divulgados massivamente nas redes sociais.	16%
	O conceito é aplicado principalmente aos portais de comunicação online, como redes sociais, sites e blogs, que são plataformas de fácil acesso e, portanto, mais propícias à propagação de notícias falsas.	
	Notícias falsas que circulam nos meios digitais e são compartilhadas em massa.	
Intencionam o benefício de um grupo.	Difusão de informação errada ou alterada propositalmente para benefício de um grupo.	16%

Grupo: Graduandos		
Categoria	Discurso Síntese	%
	Notícias mentirosas com algum objetivo por trás. Uma notícia falsa, geralmente sensacionalista e com o objetivo de favorecer um grupo ou um indivíduo.	
Intencionam desinformar o receptor da mensagem.	Notícias mal intencionadas. Informação falsa utilizada para enganar alguém.	11%
Não são fundamentadas em fatos.	Informação sem comprovação dos fatos. Notícias que não possuem fonte comprovadas.	11%
São geralmente de cunho político ou ideológico. 9,12	Informação falsa geralmente com viés político e ideológico. Fake News são notícias falsas produzidas com a intenção de comprovar/ reforçar o ponto de vista político do autor.	11%
Notícias sensacionalistas.	Muitas vezes são depreciativas em relação a algo ou alguém. Uma notícia falsa, geralmente sensacionalista.	11%
Tem como característica abordar assuntos importantes para sociedade.	Informações que carregam afirmações inverídicas ou distorções de um fato sobre determinados assuntos chaves para a sociedade. Notícias mentirosas a respeito de um assunto pertinente.	11%
Intencionam depreciar algo ou alguém.	Muitas vezes são depreciativas em relação a algo ou alguém.	5%
São geralmente utilizadas por grupo políticos de extrema direita em todo o mundo.	A ferramenta é utilizada principalmente por grupos de extrema direita ao redor do mundo.	5%
O remetente da mensagem pode ou não ter ciência da notícia não ser verdadeira.	Uma notícia não verdadeira ou imprecisa a qual o autor/propagador pode ou não ter ciência da inveracidade/imprecisão.	5%
Notícias ou informações falsas publicadas como verdadeiras.	"Material que se passa por notícias verdadeiras, mas que não o são.	5%
Notícia imprecisas.	"Uma notícia não verdadeira ou imprecisa.	5%

Fonte: Elaboração da autora (2021).

Ao serem indagados sobre quem deve levar aos jovens as reflexões a respeito das notícias falsas a maioria dos participantes entende que essa responsabilidade é tanto da família (84%), quanto da escola (91%), da grande mídia (88%) e também

dos gestores públicos (81%). Foi possível que um mesmo usuário pudesse selecionar mais de uma opção ao responder essa questão.

Interpelados a respeito de quais formas ocorrem a tentativa de manipulação da verdade, quase todos os respondentes (91%) entendem que geralmente informações verdadeiras, mas tiradas de contexto são frequentemente exibidas em suas redes sociais. Outras formas de manipulação da verdade observadas pelos entrevistados foram: informações incoerentes (70%), discursos de ódio (70%), informações que não podem ser verificadas por não serem nem falsas e nem verdadeiras (61%) e outros (6%).

A consulta apurou ainda que mais da metade dos respondentes (61%) utilizam portais de notícias de mídia alternativa através de suas redes sociais.

A Tabela 5 aponta os portais citados pelos respondentes do grupo de mestrandos e a Tabela 6 do grupo de graduandos.

Tabela 5 – Portais de mídia alternativa – Mestrandos

Grupo: Mestrandos	
Respondente	Portais de Notícias de Mídia Alternativa
01	Canal do Bob Fernandes Canal do Gustavo Conde Jornalistas Livres Jumentinho Amarelo (Facebook)
02	Blog Cidadania Brasil 247 DCM
03	G1 da Globo
06	Brasil 247 Carta Maior DCM ONLINE Jornal GGN Metrópoles Mídia NINJA Revista Fórum
10	Mídia Ninja

Grupo: Mestrandos	
Respondente	Portais de Notícias de Mídia Alternativa
11	Articulação Nacional de Agroecologia Brasil de fato Mídia Ninja
13	Bolsominions Arrependidos Esquerda Online Instagram Brasil Fede Covid
14	CNN Brasil G1 Jornais online

Fonte: Elaboração da autora (2021).

Tabela 6 – Portais de mídia alternativa – Graduandos

Grupo: Graduandos	
Respondente	Portais de notícias de mídia alternativa
01	Galãs Feios Meteoro Brasil Vox
02	Fórum Mídia Ninja O Cafezinho Socialista Morena
03	BBC Catraca Livre CNN Myers Nexo The Intercept TV 247
05	Estadão G1 Uol notícias

Grupo: Graduandos	
Respondente	Portais de notícias de mídia alternativa
07	Mídia Ninja
08	Camarote da CPI Perfis de movimentos sociais (MST, MTST, etc.) Perfis relacionados a mudanças climáticas Salve a Energia
09	Alguns jornalistas no Twitter Mídia Ninja
11	Mídia Ninja Quebrando o Tabu
12	Al Jazeera Jornalistas livres Telesur
14	Buzzfeed Mídia ninja Notícia preta
16	@brasildetatorj @elpaisbrasil noInstagram @movimentobaiaviva @movimentosemterra @secretariadamulher.rio @vozascomunidades Alma preta jornalismo Grupos de pesquisa e extensão nas redes sociais Perfis de políticos Redes da maré
18	Páginas sociais

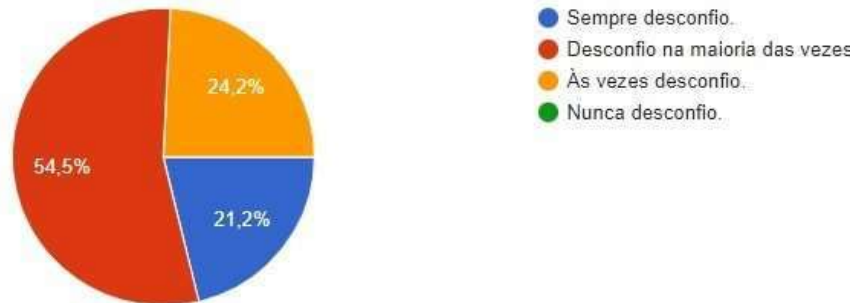
Fonte: Elaboração da autora (2021).

Os respondentes tiveram respostas semelhantes quanto ao seu grau de desconfiança sobre notícias que circulam nas redes sociais. De maneira geral foi demonstrado no Gráfico 5:

Gráfico 5 - Desconfiança sobre as notícias

Qual o seu grau de desconfiança sobre as notícias q circulam nas redes sociais?

33 respostas



Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

As tabelas 7 e 8 evidenciam quando os participantes desse estudo confiam em um conteúdo recebido através de suas redes sociais:

Tabela 7 – Confiança de notícias – Mestrandos

Grupo: Mestrandos		
Resposta	Quant. De Respondentes	%
A fonte que enviou a informação não tem interesse em propagar informações falsas.	09	64%
A fonte que enviou a informação é uma instituição tradicional.	08	57%
Foi enviado por um especialista no assunto.	07	50%
Foi enviado por alguém que não divulga Fake News.	07	50%
Foi divulgada através da grande mídia.	04	29%
A informação recebida corrobora com o que eu já pensava.	03	21%

Fonte: Elaboração da autora (2021)

Tabela 8 – Confiança de notícias - Graduandos

Grupo: Graduandos		
Resposta	Quant. de Respondentes	%
A fonte que enviou a informação é uma instituição tradicional.	15	74%
Foi enviado por um especialista no assunto.	12	63%
Foi enviado por alguém que não divulga Fake News.	11	58%
A fonte que enviou a informação não tem interesse em propagar informações falsas.	08	42%
Foi divulgada através da grande mídia.	08	42%
A informação recebida corrobora com o que eu já pensava.	02	11%
Quando é algo crível.	01	5%
Há de se ter certa sensibilidade de interpretação até com a “mídia tradicional”.	01	5%

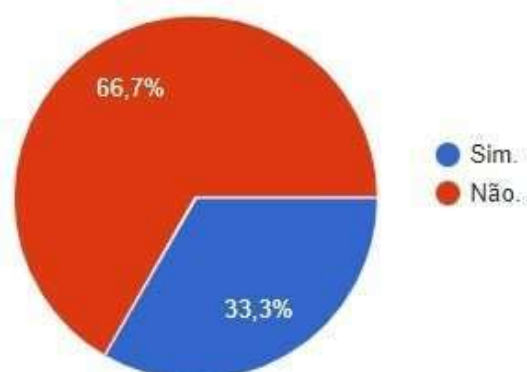
Fonte: Elaboração da autora (2021).

Observou-se que no grupo de mestrandos pouco mais da metade dos entrevistados afirmam saber o que significa o termo pós-verdade, enquanto que os discentes de graduação afirmaram não saber do que se trata o termo. No geral o resultado encontrado foi o exibido no Gráfico 6:

Gráfico 6 - Pós-verdade

Você sabe o que é pós verdade?

33 respostas



Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

Dentre os que responderam que sabem o que é pós-verdade, descreveram o fenômeno da seguinte forma, conforme demonstrado nas Tabelas 9 e 10:

Tabela 9 – Pós-verdade - Mestrandos

Grupo: Mestrandos		
Categoria	Discurso	%
Crenças e ideologia acima dos fatos.	"Pós-verdade é quando uma pessoa acredita em uma notícia pois ela traduz suas crenças, casa com sua percepção de mundo"	38%
	"É um fenômeno que deixa de valorizar a verdade como algo absoluto, e enxerga as emoções e convicções como mesmo peso da verdade real, criando outras "verdades" paralelas, usadas para manipulação das pessoas em diversos espaços e escalas."	
	"A Pós-verdade refere-se ao uso de divulgação de notícias falsas ou manipuladas com o fim de validar uma opinião/ideologia."	
Fatos Distorcidos	"Era em que as mídias buscavam, criam e espalham mentiras e fatos distorcidos para que um determinado grupo se beneficie em detrimento de outro e a sociedade, doente e cega, aceita com normalidade."	25%
	"Entendi que os fatos decorrentes da opinião pública são distorcidos ou ignorados. "	
Desinformação	"Entendo como os meios utilizados para sustentar a desinformação introduzida pelas Fake News."	25%
	"São informações sem fundamento que de tantas vezes repetidas são ditos como verdade."	
Contexto irreal	"Uma conotação, um entendimento ou uma definição suplementar ao contexto real."	13%

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Tabela 10 – Pós-verdade - Graduandos

Grupo: Graduandos		
Categoria	Discurso	%
Manipulação dos fatos	"Seria uma informação/acontecimento que foi revisada (erroneamente) para tentar ressignificar algo (em geral, com algum propósito), geralmente, adequado ao viés de quem a viabilizou/propagou."	33%
Desinformação	"Uma mentira contada várias vezes torna-se uma verdade."	33%
Crenças e ideologia acima dos fatos.	"Pós-verdade é um termo utilizado para descrever uma perspectiva de negação dos fatos concretos e da ciência e valorização das "opiniões" em oposição à comprovação. A teoria da terra plana, QAnon nos EUA e a prisão do Lula em 2018 se englobam nesse conceito. Ênfase na convicção ao invés das provas."	33%

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O gráfico 7 mostra a auto percepção dos sujeitos da pesquisa quanto a saberem distinguir uma notícia falsa de uma notícia verdadeira:

Gráfico 7 - Notícias falsas e verdadeiras

Você sabe distinguir uma notícia falsa de uma notícia verdadeira?

33 respostas



Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

A grande maioria dos respondentes afirmaram que ao receberem uma informação através de uma de suas redes sociais verificam se o conteúdo é verdadeiro utilizando uma ferramenta de busca, como o google, a fim de verificar se a informação foi divulgada em outros veículos de comunicação (94%), mais da metade dos entrevistados declarou também que sempre clica no link da notícia para ler todo o seu conteúdo (61%) e menos da metade verificam a data da notícia (42%). Espontaneamente, outras formas de verificação citadas foram:

Tabela 11 – Conteúdo recebido - Mestrandos

Grupo: Mestrandos	
Respondente	Resposta
01	"Não chego a verificar, mas uso o bom senso e percebo se é falsa."
11	"Se realmente estou interessada em achar a verdade procuro sobre o tema em artigos científicos."

Fonte: Elaboração da autora

Tabela 12 - Conteúdo recebido - Graduandos

Grupo: Graduandos	
Respondente	Resposta
01	“Observo qual a fonte da notícia, mas não como parâmetro único.”
02	“Comparo a mesma notícia em mídias de vieses diferentes entre si.”

Fonte: Elaboração da autora (2021).

Durante a análise dos dados, verificou-se que a maior parte das respostas confirma que o público investigado não tem conhecimento de já ter propagado alguma Fake News (60,6%). Dos que afirmaram já terem propagado uma Fake News, 24,8% externaram só terem percebido que era uma Fake News posteriormente, ao passo que 15,2% dos sujeitos já compartilharam uma Fake News propositalmente com conhecidos, objetivando alertar a respeito das desinformações que circulam nas redes. Apenas três participantes responderam terem certeza que nunca propagaram uma Fake News. Dois dos respondentes informaram que já propagaram uma Fake News por acreditarem que o conteúdo precisava ser divulgado, independentemente de ser verdadeiro ou falso.

A maioria dos respondentes afirmaram que eventualmente recebem Fake News através de suas redes sociais, contudo na maioria das vezes conseguem filtra-las, conforme mostra o Gráfico 8:

Gráfico 8 - Frequência Fake News

33 respostas



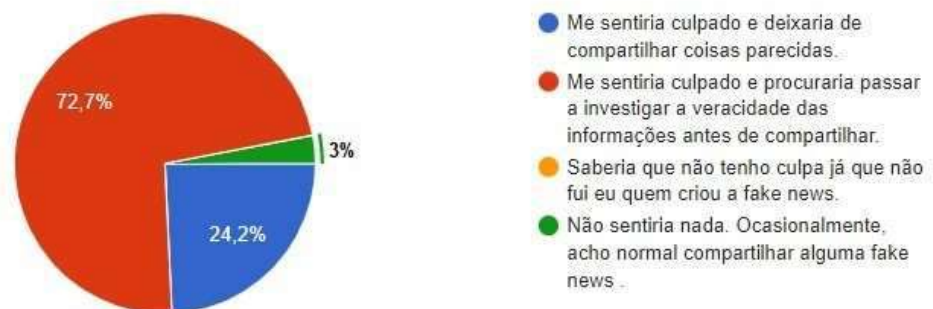
Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

Na hipótese de os respondentes descobrirem ter compartilhado um conteúdo falso, apurou-se que quase todos se sentiriam culpados, conforme demonstra o Gráfico 9:

Gráfico 9 - Compartilhamento de Fake News

Se depois de compartilhar uma notícia em uma de suas redes sociais, você descobrisse que se trata de uma fake news, como você se sentiria?

33 respostas



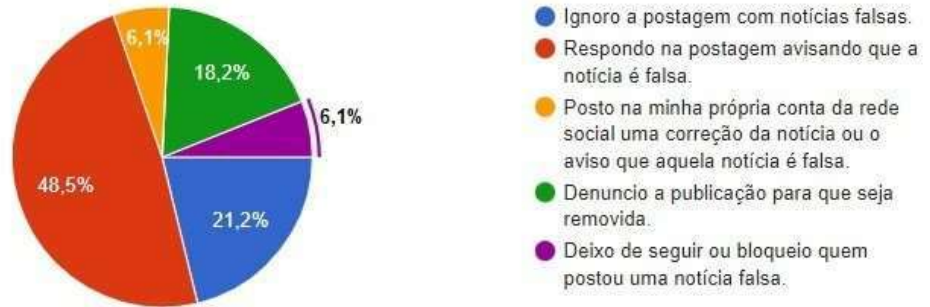
Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

Em relação a atitude que os entrevistados tomariam em caso de algum conhecido divulgar Fake News em suas redes sociais, constatou-se o seguinte, conforme evidenciado no Gráfico 10:

Gráfico 10 - Divulgação de Fake News

Quando você percebe que uma notícia falsa está sendo divulgada por algum conhecido seu nas redes sociais, o que você costuma fazer?

33 respostas



Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

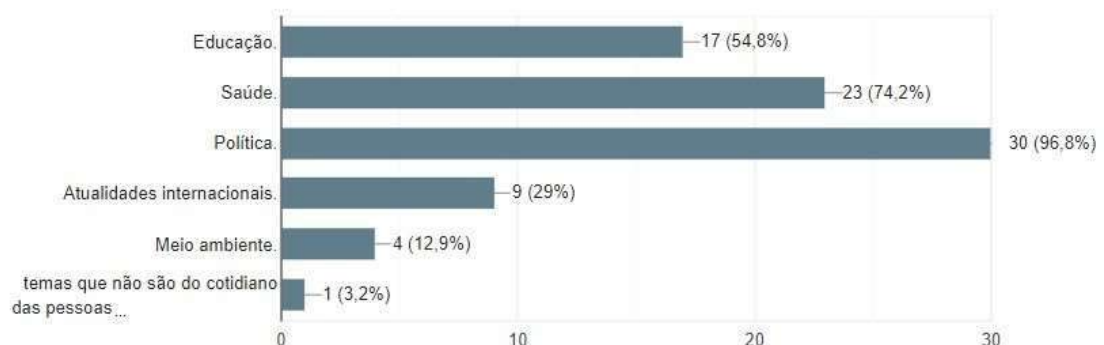
Foi evidenciado além disso que 15% dos respondentes já foram vítimas de Fake News nas redes sociais.

Para 94% dos respondentes é possível que os indivíduos tomem decisões importantes baseadas em conteúdos falsos que tiveram acesso através das mídias sociais. Eles acreditam ainda que a política é a área mais afetada por essas decisões, conforme salientado no Gráfico 11:

Gráfico 11 – Áreas de influências das Fake News

Em que áreas você acredita que as pessoas possam ser mais influenciadas por fake news?

31 respostas



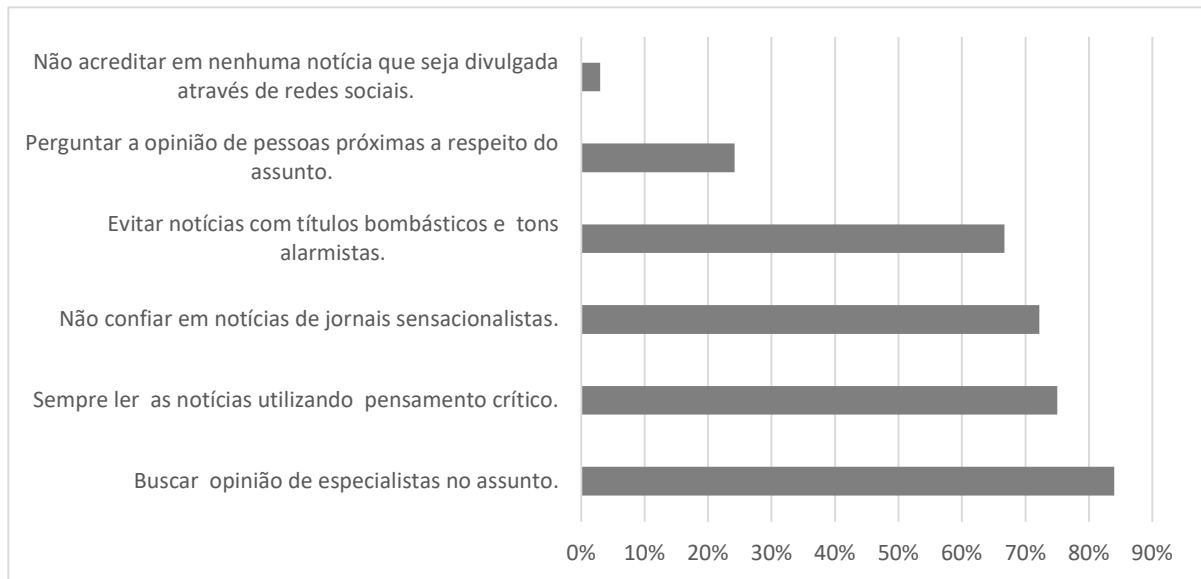
Fonte: Elaboração da autora, gerado pelo Google Forms em novembro de 2021.

Salienta-se ainda que na opinião dos respondentes as temáticas mais difundidas através das mídias sociais para disseminar notícias falsas são: focadas sobre

celebridades (61%), aborto (51%), terrorismo (42%), porte de armas (39%), excludente de ilicitude (36%) e bolsa de valores (30%).

No Gráfico 12 foi demonstrado que de acordo com os respondentes, as seguintes estratégias são importantes para que conteúdos falsos não influenciem suas opiniões:

Gráfico 12 - Estratégias

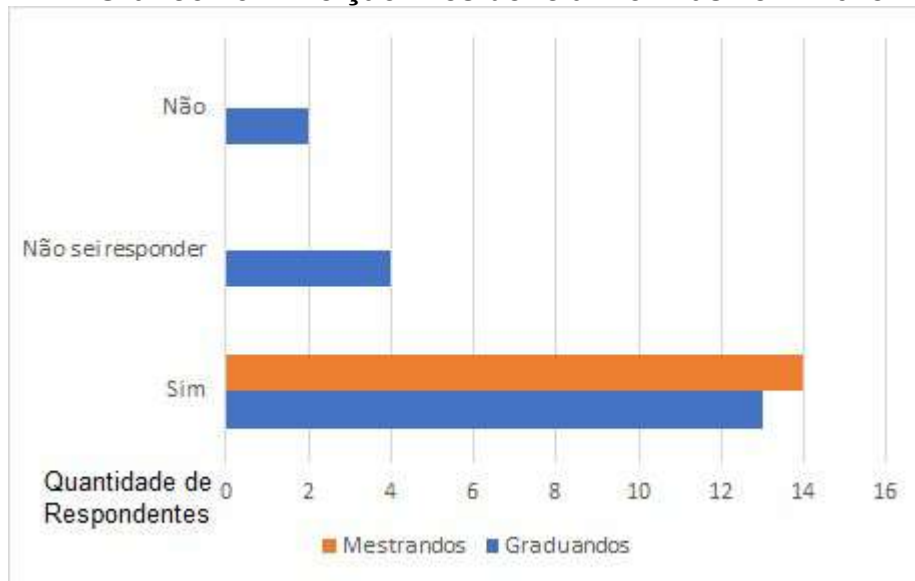


Fonte: Elaboração da autora (2021).

Foi identificado também que quase metade dos entrevistados (48%) não conhecem ferramentas de verificação e checagem de fatos, e apenas 27% tem hábito de utilizá-las. Desses que conhecem tais ferramentas 53% tem confiança, 35% não souberam responder e 12% não confiam nessa forma de checagem. Esses sujeitos citaram como conhecidas as seguintes agências de factchecking: “Aos Fatos”, “Boatos.org”, “Duvide!”, “E-Farsas”, “Estadão Verifica”, “Fato ou Fake”, “Lupa”, “Projeto Coar”, “Uol Confere” e “@BotSentinel”.

A porcentagem dos participantes desse estudo que seguem produtores de conteúdos através de suas redes sociais é 85%. Os principais influenciadores seguidos são Anitta, Winderson Nunes, Felipe Neto, Felipe Castanhari, Luciano Huck e Marcos Mion. A lista completa encontra-se no apêndice D.

Ao serem indagados se as notícias falsas propagadas através das redes sociais influenciaram o resultado do pleito na eleição presidencial de 2018, os respondentes afirmaram que:

Gráfico 13 – Eleição Presidencial no Brasil em 2018

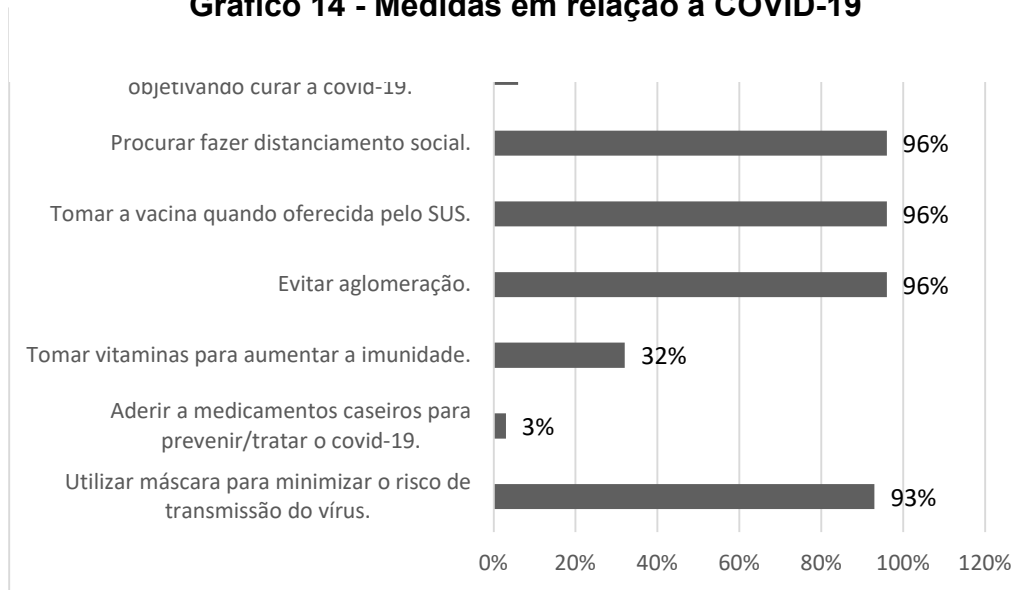
Fonte: Elaboração da autora (2021).

No que concerne a acreditarem que atualmente a confiança dos cidadãos nas instituições científicas são influenciadas por notícias falsas divulgadas através das redes sociais, todos os sujeitos da pesquisa acreditam que sim.

Quanto aos canais que os participantes do estudo costumam utilizar para se informar sobre a pandemia da Covid-19, as respostas entre os grupos de mestrandos e graduandos foram homogêneas. O principal canal citado foi sites de instituições públicas de pesquisa (79%), seguido por sites de jornais da grande imprensa (67%), artigos científicos (61%), televisão (54%), twitter (21%) e Youtube (21%). Apenas um participante declarou se informar sobre a pandemia através de grupos do WhatsApp.

A maioria dos participantes do estudo (91%) acreditam que os conteúdos propagados através das redes sociais influenciaram a tomada de decisão dos cidadãos quanto a adoção de medidas de prevenção, controle e combate ao surto da Covid-19, 6% não souberam responder e apenas 3% acreditam que não houve influencia.

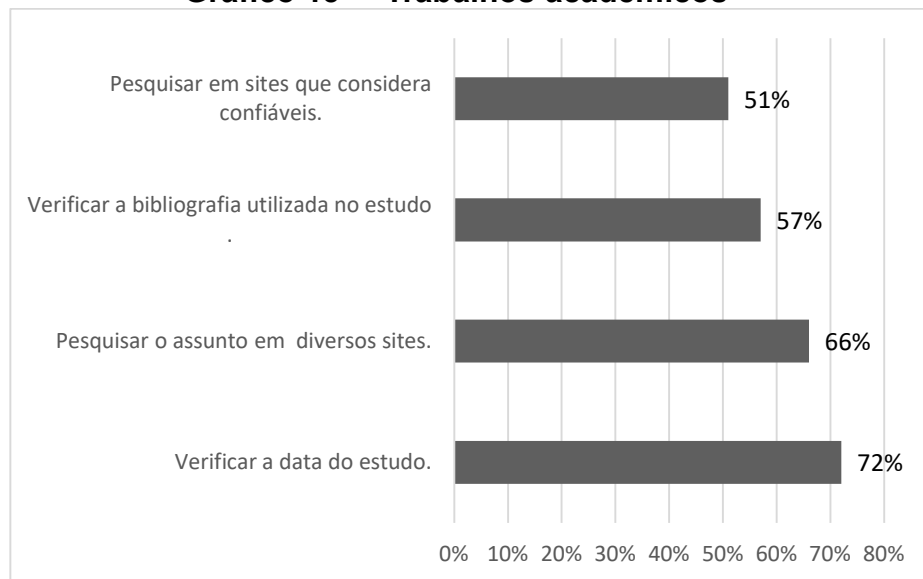
O gráfico 14 revela que durante a pandemia da COVID-19, as informações recebidas pelos graduandos e mestrandos através de suas redes sociais influenciaram sua decisão de:

Gráfico 14 - Medidas em relação a COVID-19

Fonte: Elaboração da autora (2021).

Enquanto 67% dos respondentes julgam que as pessoas de baixa escolaridade acreditam mais em notícias falsas e/ou propositalmente enganosas do que as pessoas que tem maior nível de educação formal, 30% presumem que o nível de educação formal não exerce influência nesse sentido. Somente uma pessoa (3%) não soube responder a essa pergunta.

Os discentes entrevistados afirmaram que durante a elaboração de um trabalho acadêmico preocupam-se em utilizar estratégias para verificar a autenticidade de trabalhos e discursos científicos divulgados na internet. Apenas um único entrevistado alegou não costumar se preocupar com a verificação de informações no meio científico. As estratégias citadas pelos estudantes foram explanadas no Gráfico 15.

Gráfico 15 – Trabalhos acadêmicos

Fonte: Elaboração da autora (2021).

Foi questionado aos participantes da pesquisa se durante sua formação escolar eles tiveram alguma experiência com informações não confiáveis, ou ainda, com informações que simplesmente não era possível a verificação de sua veracidade. Nesse quesito, 48% não relataram não ter tido essa experiência. Em contrapartida, pouco mais da metade dos entrevistados (51%) declararam ter passado pelas seguintes situações:

Tabela 13 – Desinformação na educação formal - Mestrandos

Grupo: Mestrandos	
Respondente	Resposta
02	"Há constantemente debates sobre mudanças em argumentos de caráter científico."
08	"Foi divulgado pela imprensa que no Instituto de Geociências estava acontecendo contrabando de fósseis. Isso descredibiliza o trabalho realizado pelos servidores do instituto. Não sei como anda o desenrolar da investigação."
09	"Não me lembro no momento."
11	"Não me lembro especificamente, mas lembro de duvidar de alguns professores em situações pontuais na graduação, mas não sabia ainda como pesquisar e ver se as informações eram corretas."

Fonte: Elaboração da autora (2021).

Tabela 14 – Desinformação na educação formal - Graduandos

Grupo: Graduandos	
Respondente	Resposta
01	“Prescrição de vermífugos e antiprotozoários para tratamento de covid (Didier Raul); estudo The Lancet (covid). “
02	"Professor defender ditadura militar em aula dizendo que a Universidade voltaria ao que era antes, professor (e toda uma filosofia de ensino defendida por institutos) e alunos com discursos meritocráticos em diversas situações."
04	"Em uma aula de Política Externa Brasileira a professora informou que um conteúdo referente a partidos políticos era mentira, porém era um fato."
06	"Compartilharam uma notícia dizendo que uma governadora de New South Wales, na Australia havia rejeitado seu cargo por corrupção relacionadas as vacinas Pfizer. Mas na verdade era uma Premiê, que havia renunciado por encobrir corrupção de seu amigo parlamentar. Eu refutei os fatos e descobri que era uma informação com meias verdades e convenci COM EDUCAÇÃO a outra pessoa de que aquilo não era 100% verdade."
12	"Descobertas científicas muito recentes devem ser tratadas com certa reticência, mesmo que sejam relevantes, quando não há muita pesquisa sobre o assunto e as conclusões não foram replicadas, não é possível considerar tão confiável quanto teorias já exauridas de provas. Em 2019 encontrei um artigo que relacionava incidência de autismo com o uso do pesticida Round Up nos EUA, e mesmo que confirmasse o ponto de vista do trabalho, não seria possível usar como uma das bases da bibliografia, já que havia acabado de ser publicado e era o único estudo em seu campo. Além do que, historicamente, estudos que abordam neuro divergências podem ser afetados por estigmas que ainda existem na sociedade, sendo necessário analisar seu conteúdo e pesquisar fontes que o corroboram com mais cuidado."
14	"Quando a teoria parece mais completa ou específica que a ementa do curso, às vezes nos é passado que devemos simplesmente acreditar que algo acontece conforme a explicação do professor. Ou ainda quando não há uma forma de mostrar empiricamente. Na verdade, ao analisar o que se aprende na graduação, 90% do conteúdo parece se enquadrar nesta resposta, simplesmente porque o conhecimento de causa do aluno ainda é incipiente."
18	"Tive alguns problemas a respeito da confecção de relatórios de iniciação científica, pois mudaram algumas regras e também alguns conteúdos e valores calculados no ramo da engenharia civil de acordo com o EUROCODE."

Fonte: Elaboração da autora (2021).

A respeito de divulgadores científicos e canais de difusão de conhecimento científico através das redes sociais, 72% dos respondentes os seguem à medida que 28% não tem esse comportamento. Os divulgadores científicos e canais citados foram:

Tabela 15 – Difusão de Conhecimento Científico

Canal / Divulgadores científicos	Descrição
AkLectures	Química geral, química orgânica, física clássica e física moderna.
Alimente o Cérebro	Conhecimento e arte.
Atila Iamarino	Microbiologista e divulgador científico.
BláBlálogia	Ciência e educação .
Canal do Pirula	Ciência, religião e evolução.
Canal do Slow	Biologia, história, psicologia, química, política, educação.
Canal USP	Pesquisas científicas, acontecimentos culturais e acadêmicos.
Ciência Brasileira	-----
Divulga Micro	Comunicação e popularização da ciência no Brasil.
Drauzio Varella	Saúde e questões sociais.
DW Brasil	Política, cultura, ciência e tecnologia, para o público brasileiro, sobre a Europa e o mundo.
Eu, Ciência	Divulgação científica, temática geek e até um pouco de culinária.
Eureka!	Variedades.
Falando com ciência	Sobre aspectos polêmicos do trabalho científico e acadêmico e sobre as ideologias e metodologias que permeiam o trabalho diário do pesquisador / cientista e do professor universitário.
Grupos de pesquisa e extensão de universidades públicas	-----
Ildeu de Castro	Físico brasileiro conhecido pelas suas pesquisas sobre popularização da ciência no Brasil.
Luiza Caires	Editora de Ciências Jornal da USP/Mestre em Comunicação.
Manual do Mundo	Variedades.
Meninas na Ciência	-----
Mgeo	Canal do Museu de Geociências da Universidade de Brasília.

Canal / Divulgadores científicos	Descrição
Minuto da Terra	Ciência e histórias sobre o planeta e o universo.
Minutos Psíquicos	Psicologia, neurociência e o universo.
Museu Nacional	Canal oficial do Museu Nacional/UFRJ.
Naruhodo	O podcast sobre ciência, senso comum e curiosidades.
Natalia Pasternak	Microbiologista, escritora de ciência, presidente do Instituto Questão de Ciência.
Olá, Ciência	Cuidados sobre saúde, sobre doenças e sobre ciência e tecnologia em geral.
Pedro Loos	Criador do Ciência Todo Dia, host do Sinapse .
Ponto em Comum	Tecnologia - Espaço - Vida e Evolução – Sustentabilidade.
Practical Engineering	Engenharia prática.
Psych2Go	Conteúdo animado de saúde mental e psicologia.
Science Sauce	Variedades.
Scientificarte	Ensino de Ciências, com ênfase na diversidade biológica.
SpaceToday TV	Temas das áreas de astronomia, astrofísica, astronáutica e áreas afins .
Superinteressante	Ciência, Tecnologia, História, Cultura, Saúde, Comportamento e todo tipo de curiosidade.
Tubepédia	Enciclopédia no YouTube. Ensino fundamental e médio. Vlog de viagens.
Un Mundo Inmenso	Variedades.
Unesp TV	Canal universitário com caráter cultural e educativo.
Universo Narrado	Ciência e literatura.
Xadrez Verbal	História, política, atualidades e publicação dos podcasts do Xadrez Verbal.

Fonte: Elaboração da autora (2021).

4.3 SÍNTESE DOS DADOS COLETADOS

Durante a pesquisa empírica constatou-se que 100% dos discentes pertencentes ao grupo de mestrandos e 90% dos discentes graduandos possuem acesso a internet através de rede Wi-Fi. Diante desse fato, é possível presumir que esses sujeitos têm a oportunidade de se conectarem a links de toda a web, a fim de buscarem informações em ambientes externos as mídias sociais e plataformas digitais em geral, para verificarem a veracidade dos conteúdos recebidos.

Foi evidenciado nesse estudo, a importância do WhatsApp no dia a dia dos discentes pesquisados, já que todos afirmaram fazer uso da ferramenta diariamente. Salienta-se que entre os respondentes do grupo de graduandos cerca de 16% afirmaram que utilizam o WhatsApp como fonte de notícias. Faz-se necessária a reflexão de que se todas as vezes que esses usuários recebem informações através dessa ferramenta, verificam sua veracidade ou acreditam no conteúdo recebido sem nenhuma checagem. Esses dados sugerem ainda estarem em conformidade com a pesquisa independente Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria do Brasil, que chegou à conclusão que 99% dos brasileiros que possuem acesso a internet através de smartphone utilizam o WhatsApp (PAIVA, 2020).

Apesar do Facebook ser utilizado pela maioria dos discentes apenas ocasionalmente, 32% dos graduandos e 21% dos mestrandos utilizam essa ferramenta como fonte de informação de notícias. Assim como já citado no caso do WhatsApp, é importante atentar para a reflexão de se essas notícias recebidas a partir dessa mídia social são ou não checadas por esses usuários.

O Twitter foi citado como fonte de informação de notícias para 77% dos entrevistados que utilizam essa ferramenta. Importante ponderar que no Brasil, até o momento, o Twitter não tem nenhum mecanismo de denúncias para postagens com Fake News. Em janeiro de 2022 os usuários dessa plataforma subiram a hashtag #FakeNewsMata, a fim de pressionar a plataforma a incluir mecanismos de defesas contra informações enganosas no país. (TUDO CELULAR, 2022). De acordo com Iamarino (2019) o Twitter é uma importante mídia utilizada por pesquisadores consumirem ciência de outros cientistas,

contudo não costuma ser onde o público final consome a informação científica. (IAMARINO, 2019).

Ainda sobre o Twitter, essa é uma das ferramentas que os usuários visualizam na maioria das vezes os conteúdos que seguem. Esses usuários então tem sua própria bolha informativa. Nesse contexto, acredita-se que depende muito de quais instituições, fontes jornalísticas e produtores de conteúdo que os sujeitos dessa pesquisa seguem para uma análise a respeito da qualidade da informação das notícias que eles recebem através do Twitter.

Todos os sujeitos dessa pesquisa afirmaram ter conhecimento sobre o que é Fake News. Agregando a opinião individual dos respondentes do grupo de mestrandos, é possível afirmar que a opinião coletiva desses discentes sobre Fake News é que essas são notícias, informações ou mensagens falsas, que podem ter sido publicadas como verdadeiras, intencionam desinformar o receptor da mensagem e tem como característica a distorção ou manipulação dos fatos.

Já para os respondentes do grupo de graduandos, agregando seus discursos individuais é possível afirmar que as Fake News são notícias, informações ou mensagens falsas, que tem como características não possuir fontes seguras de informação, serem fatos distorcidos ou manipulados compartilhados em massa através dos meios digitais e intencionam o benefício de um grupo.

Entende-se então que por já estarem bastante familiarizados com o termo Fake News todos os discentes investigados têm plena consciência sobre o que são as chamadas Fake News.

Sobre o termo Pós-verdade foi observado por Vilela (2019) que este é um fenômeno desconhecido da maioria da população brasileira. Nessa pesquisa pôde-se observar que a maioria dos entrevistados não sabe do que se trata tal conceito, já que pouco mais da metade dos respondentes do grupo de mestrandos afirmaram conhecer o termo enquanto a maioria dos discentes graduandos não sabem do que se trata.

A maioria do público investigado entende que tanto o Estado, quanto a família e organizações civis são responsáveis por alertar e educar os jovens sobre a temática da desinformação.

Na experiência da população estudada, a tentativa de propagar a desinformação através das mídias sociais acontece sobretudo através da disseminação de informações verdadeiras, mas tiradas de contexto.

A respeito da atitude dos investigados quando recebem uma informação através de uma de suas redes sociais, percebe-se que a maioria busca checar as informações recebidas. Para tal, fazem uso de ferramentas de busca para pesquisar a veracidade do conteúdo recebido, uma estratégia eficaz na verificação e combate a desinformação. Já a data em que foi publicada a notícia não costuma ser uma forma de verificação de maioria dos respondentes.

Os sujeitos dessa pesquisa presumem que há informações que circulam nas mídias sociais que são impossíveis de serem verificadas, já que não são falsas e nem verdadeiras. Essas falas sem nenhum sentido e desprovidas de significação ou coerência podem ser classificadas como Bullshit (ver capítulo II, item 2.6).

A maior parte das respostas nesse estudo confirmam que o público investigado tem consciência de já terem propagado alguma Fake News, contudo, só perceberam que não se tratava de uma informação verídica após já terem publicado em suas mídias sociais. Todavia, um quarto da população investigada não sabe afirmar se já divulgou alguma Fake News. Para a autora Silva (2018) “Mais preocupante do que passar adiante uma notícia falsa e perceber depois, é não ter certeza de tê-lo feito, pois isso indica incapacidade ou desinteresse na verificação da veracidade de informações”.

Em uma pesquisa feita por Silva (2018, p. 34) ficou constatado que: “A maioria dos profissionais da educação que respondeu o questionário afirmou que costuma avisar as pessoas quando percebe que elas compartilharam uma notícia falsa, o que é muito positivo e para reduzir cada vez mais a desinformação.”

Também nessa pesquisa, a alternativa mais respondida pelos discentes investigados foi que ao se depararem com uma notícia falsa postada por um conhecido nas mídias sociais, esses respondem ao post inicial avisando ao conhecido e seus amigos, que a informação que foi compartilhada não é verdadeira.

Quase a totalidade dos sujeitos dessa pesquisa acreditam que notícias falsas influenciem a decisão política dos cidadãos. Seguido pelas temáticas de

saúde e educação, atualidades internacionais e meio ambiente. Tais dados vão de acordo com os estudos realizados pelos autores Vosoughi, Roy e Aral (2018), bem como verificados por Lazer *et al* (2018) que alegam ser os temas relacionados a política o cerne das notícias falsas.

Entretanto, mesmo em concordância de que a temática que mais influencia a decisão dos cidadãos é relacionada a temas políticos, cerca de um terço dos graduandos entrevistados não acreditam ou não sabem afirmar se as notícias falsas propagadas através das redes sociais influenciaram o resultado do pleito na eleição presidencial de 2018. Todos os discentes do grupo de mestrandos acreditam que o resultado das eleições de 2018 foi influenciado por Fake News durante a campanha presidencial.

Foi citado pela maioria dos respondentes desse estudo que notícias falsas a respeito de fofocas sobre celebridades são muito difundidas através das mídias sociais. Vale então ressaltar que 85% dos sujeitos dessa pesquisa seguem influencers digitais e os mais seguidos são Anitta, Winderson Nunes, Felipe Neto, Felipe Castanhari, Luciano Huck e Marcos Mion.

Convém lembrar que de acordo com Berckemeyer (2017) os influenciadores digitais são livres pensadores que através de suas redes sociais acabam criando “tendências” de opinião. O fato de os discentes entrevistados seguirem, em sua maioria, produtores de conteúdo que são celebridades do mundo do entretenimento, sugestionam que eles utilizam as suas mídias sociais também como forma de passatempo. Entretanto, seria importante estudar se as tendencias de opinião desses produtores de conteúdo influenciam esses indivíduos na formação de suas opiniões, ideias e comportamento sobre assuntos importantes para a sociedade.

Pouco mais da metade da população investigada conhecem as ferramentas de “fact-checking”, contudo, apenas 27% desses indivíduos tem hábito de utilizá-las. Dos que conhecem essas ferramentas apenas 53% acreditam que podem confiar na verificação e checagem de fatos dessas agencias. Isso pode ser um indício que é necessário que agencias de checagem de fato se façam mais presentes junto aos universitários demonstrando que são ferramentas confiáveis.

Chama a atenção que a maioria dos mestrandos confia em uma informação recebida quando a fonte que enviou a informação não tem interesse

em propagar informações falsas, ou foi enviado por alguém que não divulga Fake News. Sabendo-se que nem sempre quem divulga uma notícia falsa tem conhecimento de estar propagando inverdades torna-se impossível classificar as pessoas, mesmo as próximas, como nunca divulgadoras de Fake News.

Os sujeitos investigados mostraram-se muito conscientes quanto a como se informam a respeito da pandemia da covid-19, vivenciada durante o tempo desse estudo. Esses discentes utilizam como fontes de informação de conteúdos a respeito da pandemia sites de instituições públicas de pesquisa, sites de jornais da grande imprensa e artigos científicos. Essas informações levaram a maioria dos participantes da pesquisa a utilizarem máscara para minimizar o risco de transmissão do vírus, procurar fazer distanciamento social, evitar aglomeração e tomar a vacina quando oferecida pelo SUS.

Na opinião da maioria dos respondentes as pessoas de baixa escolaridade acreditam mais em notícias falsas e/ou propositalmente enganosas do que as pessoas que tem maior nível de educação formal. Contudo é importante ter em mente que o problema da desinformação nos tempos atuais não é um problema cognitivo e sim de acreditar em informações independente de sua veracidade motivadas por estarem de acordo com seus princípios, crenças e valores. Além do que até o momento a educação formal no Brasil não está voltada para uma educação midiática crítica capaz de formar indivíduos habilitados a não acreditarem e propagarem conteúdos falsos ou enganosos.

Ficou evidenciado ser uma preocupação da maioria dos respondentes, durante a elaboração de um trabalho acadêmico atentar-se com suas fontes de estudo e com a relevância de seus embasamentos teóricos, ao fazerem consultas na internet.

Uma parte significativa dos discentes entrevistados experienciaram durante sua formação escolar situações em que tiveram dúvidas a respeito das falas dos professores em sala de aula, ou ainda tiveram certeza de que os professores estavam defendendo seus pontos de vistas sobre acontecimentos como verdade e não como opinião pessoal, independente dos fatos. Foi citado também experiências no meio acadêmico com teorias, protocolos e artigos científicos que contém desinformação, porém são transvestidos de discursos científicos.

Divulgadores científicos e canais de difusão de conhecimento científico cada vez mais através das redes mundiais de computadores, trabalham na tentativa de popularizar o conhecimento científico levando informação científica para além do mundo acadêmico. A maioria dos discentes que participaram desse estudo seguem canais e perfis de divulgação científica, o que demonstra que além de se informarem de forma consciente e com base em evidências científicas, pode-se conjecturar que por esses sujeitos serem discentes de uma universidade pública são fortes candidatos a adentrarem neste caminho da divulgação científica através da internet. Os sujeitos dessa pesquisa refletem os dados coletados no último relatório da pesquisa de PERCEPÇÃO PÚBLICA DA C&T NO BRASIL 2019, que assegura que pessoas mais escolarizadas, mais jovens e de classe social mais alta, tendem a se interessar mais por Ciência e Tecnologia:

Com o aumento da escolaridade, a porcentagem de entrevistados declarando muito interesse em C&T aumenta de forma acentuada: entre pessoas de alta escolaridade, C&T, saúde e meio ambiente tendem a ser os interesses declarados prioritários. Por outro lado, o interesse por C&T cai fortemente com a idade. Entre os jovens, o tema é considerado o mais interessante, junto com meio ambiente, enquanto que entre idosos, se destacam saúde e religião. Por fim, ao crescer da renda, todos os interesses tendem a aumentar, excetuado religião (CGEE, 2019).

No capítulo a seguir, utilizando como base a síntese dos dados coletados aqui apresentada, serão trazidas as conclusões desse estudo.

5 CONCLUSÃO

O último capítulo dessa dissertação tem o propósito de baseado na análise do que foi anteriormente demonstrado, APRESENTAR os resultados desse estudo, possíveis soluções para resolução da questão-problema e as considerações finais.

5.1 RESULTADOS

O presente estudo procurou trazer sob o ponto de vista de diversos autores, uma análise a respeito de conceitos referentes a vocábulos muito utilizados na contemporaneidade, concatenando fatos da atualidade com situações históricas. Termos como pós-verdade, fake news e desinformação são de uso corrente em todo o mundo atualmente e tem sido amplamente discutido, em uma sociedade onde há cada dia mais informação disponível e um aumento exponencial da propagação da desinformação propiciado pelo avanço da tecnologia informacional.

Na história da filosofia, a busca pela verdade sempre foi objeto de estudo. Para entender a razão, filósofos refletiram por qual motivo há sujeitos que acabam perdendo sua autonomia e senso crítico. O mesmo comportamento ocorre nos tempos atuais e certamente essa não é uma discussão nova. Em tempos de pós-verdade, muitos indivíduos têm desprezado a razão e os fatos objetivos e optado por valorizar mais as suas ideologias, crenças e emoções, criando assim uma interpretação dos acontecimentos que não corresponde à realidade.

Desde sempre a mentira generalizada, a desinformação, a distorção dos fatos, os boatos e as notícias falsas e enganosas foram estratégias utilizadas pelos elementos da sociedade que ambicionavam o poder. Haja visto os discursos que levaram líderes fascistas e nazistas ao poder no século passado.

Saliente-se ainda que com a expansão da rede mundial de computadores, os cidadãos tem cada vez mais acesso à internet, através de ferramentas que cabem na palma da mão, e são capazes de acessar muitas plataformas digitais, inclusive as mídias sociais digitais que se tornaram uma febre dentre os usuários da rede.

Dai surge o que é novo nesse contexto de desinformação atual, já que através das novas mídias sociais, todos os usuários são protagonistas da disseminação da informação capazes de emitir opinião, produzir e propagar conteúdos que viralizam rapidamente no espaço virtual.

E nesse novo mundo onde tudo é muito dinâmico e imediatista ser o primeiro a divulgar um conteúdo bombástico através de suas mídias sociais, quer seja um assunto que lhe agrada ou lhe cause indignação, pode ser muito tentador e causar enorme bem estar para grande parte dos indivíduos. Só que para conquistar tal feito é necessário pressa. Sendo assim não cabe perder tempo com a verificação de conteúdos recebidos.

Para entender esse fluxo de desinformação em um contexto de pós-verdade, na parte empírica desse estudo, foi feita uma análise não sistemática onde testou-se a posição de alguns alunos de graduação e pós-graduação da UFRJ, que puderam explicitar seu grau de conhecimento e suas atitudes ao se depararem no dia a dia com os assuntos que foram abordados nessa pesquisa. Importante ainda destacar que analisando o contexto brasileiro, temos atualmente um presidente da república de extrema direita, que mesmo sem formação na área de educação, já declarou acreditar ser necessário alterar o material didático utilizado pela rede pública de ensino, não visando uma melhor qualidade didática e sim para “suavizar” o material que já é utilizado. Em decorrência disso, pode-se entender que o ensino formal desde a educação básica até o nível superior está ameaçado a ser conduzido pelo poder público com fortes vieses políticos ideológicos.

Urge então a necessidade da análise que foi feita nesse estudo, que teve como objetivo principal: “analisar como se manifesta o fenômeno da pós-verdade e a desinformação, no ambiente digital e na esfera educacional em geral, inclusive nas Universidades brasileiras, compreendendo o problema da negação da verdade objetiva e do relaxamento com as relações de verificação e de confiabilidade científica na área educacional.” (Capítulo I item 1.2.2). Consideramos que o objetivo geral da pesquisa foi alcançado, conforme explicado abaixo.

De acordo com o aporte teórico apresentado, entende-se que, por intermédio da educação, é fundamental incentivar o pensamento crítico e a capacidade de questionar os conteúdos recebidos, não somente nas plataformas

digitais, mas também nas salas de aula. Nessa nova realidade onde o mundo virtual é paralelo ao mundo real, já que a tecnologia digital está presente desde os momentos de lazer dos sujeitos até no ambiente educacional, esses dois universos encontram-se entrelaçados.

Enquanto isso, baseado na parte prática da pesquisa, conclui-se que os discentes entrevistados entendem a necessidade de preocuparem-se com a verdade objetiva e percebem ser necessário protegerem-se de conteúdos falsos ou enganosos recebidos através das mídias sociais. Além disso, os sujeitos dessa pesquisa demonstraram utilizar estratégias de verificação e de confiabilidade científica na área educacional.

Ainda sobre a pesquisa empírica, nota-se que os respondentes são indivíduos alfabetizados digitalmente e que tem por hábito a prática de checar notícias. No entanto eles relaxam na desconfiança da notícia, considerando como autênticas as mensagens de um emissor que possuem laços de confiança. Vale ainda ponderar que o público investigado tem amplo acesso a verificação e checagem de informações, já que tem facilidade com as novas ferramentas digitais, tem bom nível de formação escolar e tem farto acesso à internet. Seria conveniente que tal estudo pudesse ser feito com sujeitos que não tem o privilégio dessas características, para fins de comparação.

Outro ponto que chama a atenção nas respostas dos investigados é que todos tem plena consciência de que a temática mais afetada pela desinformação na contemporaneidade é a área política. Contudo aqui percebe-se a única diferença significativa entre os dois grupos estudados. Para os respondentes que fazem parte do grupo de graduandos, não está explícito que as notícias e informações falsas e/ou tendenciosas que circularam nas mídias sociais no Brasil durante a campanha presidencial de 2018, tiveram alguma influência no resultado do pleito. Enquanto isso, os respondentes do grupo de mestrados afirmaram que as chamadas "Fake News" foram responsáveis pela eleição da extrema direita no país.

Os objetivos específicos dessa dissertação também foram alcançados, já que através da divulgação de um amplo questionário online com perguntas diversificadas que visaram abranger todas as temáticas abordadas nesse estudo, foram entrevistados alguns discentes da UFRJ e pôde-se compreender a percepção desses respondentes quanto a problemática da pós-verdade e da

desinformação na atualidade. Foi possível ainda conhecer quais os dispositivos que esses discentes fazem uso para combater a pós-verdade e compreender a influência na educação informacional desses indivíduos em seu comportamento ético enquanto disseminador, leitor e debatedor de conteúdos informacionais na internet.

Observou-se ainda que as diferenças foram sutis na maior parte das respostas dos discentes de graduação e de pós-graduação da Universidade. Esse fato se deu provavelmente porque os alunos que se propuseram a responder o questionário online são cidadãos mais interessados e conscientes a respeito da relevância do tema desse estudo, ainda que não tenham amplo conhecimento da maioria dos conceitos aqui discutidos. Esses indivíduos entendem que a desinformação contemporânea prejudica muitas vertentes na vida em sociedade e procuram formas de ajudar a conter a propagação de conteúdos não verdadeiros.

Destaca-se que nesse estudo ficou constatado que todos os respondentes se valem de estratégias muito funcionais para que não se deixem influenciar por informações falsas recebidas através das mídias sociais, buscando ler opiniões de especialistas sobre o assunto, desconfiar de notícias sensacionalistas, bombásticas e com tons alarmistas e procurar utilizar o pensamento crítico para analisar o conteúdo recebido.

E como esse estudo ocorreu durante a maior pandemia vivenciada até o momento, pôde-se ainda inquirir sobre o comportamento dos investigados a respeito do assunto. Constatou-se então que os respondentes da pesquisa se mostraram muito conscientes quanto a forma de se informar a respeito da pandemia da covid-19. Dessa forma, esses discentes puderam seguir orientações baseadas em comprovações científicas e possivelmente foram propagadores dessas informações em sua base familiar e na comunidade que os cercam.

Nesse contexto, conclui-se que a resposta da questão de pesquisa proposta nesse estudo é que os discentes investigados têm percepção da desinformação que circula nas mídias sociais e buscam ter consciência crítica enquanto usuário dessas ferramentas, utilizando estratégias para coibir a influência e a propagação de conteúdos não verdadeiros na rede. Contudo não

é possível proclamar que, a partir dos dados desse estudo, todos os universitários brasileiros tem esse mesmo comportamento.

Atenta-se ainda, que de acordo com o embasamento teórico apresentado, ficou comprovado que não há uma única solução no sentido de impedir ou neutralizar os efeitos da circulação de desinformação. Propõe-se então a aplicação de diversas estratégias no combate a desinformação: um maior envolvimento das bibliotecas ao que se refere a esse tema, o incentivo a prática de verificadores profissionais – agências de fact-checking, a regulação das plataformas digitais, uma maior mobilização política e ativismo público, e principalmente, uma educação crítica midiática tanto nos espaços de ensino formais quanto nos espaços não formais.

É possível então interpretar com base no que foi investigado nesse estudo, que os cidadãos dessa nova época, onde a informação é o âmago da sociedade, compreendem e interpretam os fatos sem se pautarem apenas em dados factuais. Ademais, as estruturas de poder alimentam a polarização de opiniões e os discursos de ódio que incitam a discriminação e a violência contra as minorias, além de criarem pretensas verdades e fabricarem conteúdos falsos e enganosos com a finalidade de se manterem no poder.

Logo, o desafio dos sujeitos que se preocupam com essa realidade é grande e trabalhoso, pois o combate a desinformação exige tempo e dedicação. Um desafio ainda maior encontra os indivíduos envolvidos em processos educativos já que são responsáveis por formarem cidadãos críticos, inclusive no ambiente da tecnologia da informação.

Certamente há outros atores responsáveis pelo combate a desinformação, como a sociedade civil, a instituição familiar e o Estado, através de políticas públicas. Dessa forma, destaca-se a necessidade de uma formação informacional crítica voltada a todos os cidadãos, a começar pela formação dos educadores que precisam levar para as salas de aula reflexões que possam operar transformações sociais.

E não há sinal de tendencia a diminuir a fabricação e disseminação de notícias falsas, desinformação, e todos os tipos de conteúdo falsos ou enganosos que circulam na internet, visando a manipulação da população para privilegiar certos grupos da sociedade e a manutenção das estruturas hegemônicas. Por esse motivo, faz-se então urgente que a escola esteja no

centro desse debate, propiciando aos educandos uma formação que contemple a educação crítica midiática. Sendo assim, para além de esperar por políticas públicas de capacitação informacional crítica, é fundamental que os docentes de todos os níveis, desde o básico até o superior, comprometam-se em levar para a sala de aula o debate e o esclarecimento a respeito dessa temática.

Docentes, principalmente da educação básica, podem inserir em sua prática pedagógica processos de leitura investigativa no ambiente digital, inclusive em textos multimodais e sobretudo memes, a fim de capacitar os estudantes a compararem, contrastarem e relacionarem informações para que possam discernir conteúdos falsos e verdadeiros.

Outra alternativa para os docentes poderem contribuir de forma autônoma para a mitigação da desinformação contemporânea é inserirem em sua prática pedagógica instrumentos que propiciem a alfabetização científica através da aprendizagem baseada em uma abordagem de ensino por investigação. Nesse caso, o objetivo não consiste em fazer dos discentes cientistas, contudo esses devem apropriar-se dos conceitos e metodologias científicas para o desenvolvimento da criticidade científica.

Os docentes podem ainda, durante a elaboração do plano de ensino, ao pensarem os assuntos pertinentes a disciplina que será lecionada, abordarem também as temáticas dentro do contexto da pós-verdade e da desinformação no ambiente digital, relacionando assim o conhecimento sistemático e a vivência cotidiana dos aprendentes. Por exemplo, um professor de língua estrangeira poderia utilizar um texto para tradução com a temática de Fake News, ou em uma aula sobre história o professor poderia abordar um tópico correlacionando com a temática de revisionismo histórico, ou ainda, seria possível que um professor de geografia ao falar sobre clima trouxesse à tona a discussão a respeito da negação da mudança climática.

A abordagem dessas temáticas pode se dar através de diversos recursos pedagógicos como oficinas, apresentação de seminários, debates sobre filmes, vídeos, documentários, entre outros. Dessa forma, o aprendente refletirá sobre o tema e será capacitado a reconhecer elementos que geralmente permeiam notícias falsas que circulam na rede mundial de computadores, tais como: informações advindas de fontes não confiáveis ou impossíveis de serem

averiguadas, dados ambíguos ou equivocados e conteúdos que reforcem a opinião dos autores das notícias sem priorizar os fatos ocorridos.

No meio acadêmico, sugere-se também que tanto no ensino superior de graduação quanto no de pós graduação sejam oferecidas disciplinas sobre o estudo da epistemologia, da ética e das exigências científicas, objetivando combater a desinformação na área científica. Esse estudo é pertinente a todas as áreas de conhecimento, já que é a base para que os discentes sejam capazes de verificarem se o conteúdo científico segue com rigor todos os passos metodológicos necessários para que seja considerado como um conteúdo científico válido.

Para concluir, faz-se importante ressaltar que entender a importância desse conceito de pós-verdade, para combater a desinformação contemporânea deve ser um compromisso de todos os sujeitos que defendem a democracia e buscam uma sociedade menos desigual, livre de preconceitos, mais justa e igualitária.

5.2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo tencionou refletir sobre a problemática da pós-verdade, inclusive na esfera educacional, mediante as seguintes etapas:

- Revisão acurada da literatura a fim de identificar o estado de arte do tema.
- Análise de uma experiência de campo, através de um questionário online, para identificar quais são os dispositivos utilizados por uma amostra de discentes da UFRJ para combater a pós-verdade.

De forma alguma esse estudo deve ser considerado como conclusivo já que esse tema é dinâmico e encontra-se em plena expansão, além de serem publicadas cada dia mais literatura de qualidade. Importante ainda enfatizar que como a tecnologia da informação não chegou ao seu ápice e por surgirem a cada dia novas ferramentas tecnológicas é necessário que haja uma recorrente atualização do estudo das temáticas discutidas nessa pesquisa.

Da mesma forma, a parte empírica desse trabalho não teve intuito de através de seus resultados trazer conclusões passíveis de serem generalizadas

para todo o alunado da UFRJ, nem tampouco de todas as universidades, já que essa investigação é um estudo exploratório, sem uma amostra rigorosa por cotas, não sendo possível então obter uma base de comprovação estatística. Dessa maneira espera-se que esse estudo seja um primeiro contato com a realidade do tema e que possa ser uma fonte para uma pesquisa sistemática.

Destaca-se ainda a relevância desse estudo, por ser um tema inédito pesquisado no PPPGTDS-Nides-UFRJ e espera-se que o referencial teórico, bem como os resultados da parte empírica da pesquisa contribua de forma significativa com estudos posteriores a respeito dessa temática e seja o pontapé inicial para uma futura pesquisa sistemática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T. W. **Sobre música popular**. In: Cohn, G. (Org.). Theodor W. Adorno. São Paulo: Ática. 1986.
- ADORNO, T. **Liderança democrática e manipulação de massas** [1951]. Traduzido por Francisco Rüdiger. Frankfurt: Surhkamp Verlag, 1986.
- ALVARENGA, Camila. **‘Brasil é uma colônia digital’, afirma Sergio Amadeu**. UOL- Opera Mundé, Madri, 2021. Disponível em: <<https://operamundi.uol.com.br/20-minutos/72212/brasil-e-uma-colonia-digital-afirma-sergio-amadeu>> Acesso em: 22/12/2021.
- AMADEU, Sergio. **COMO REGULAR AS PLATAFORMAS DIGITAIS? [S.I.]**, Breno Altman, 2021. 1 vídeo (1:10:49). Publicado pelo canal Opera Mundi. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=c5OUHh1dWuQ>> Acesso em: 22/12/2021.
- ARENDT, H. (2000). **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras. (Trabalho original publicado em 1949).
- ARREGUY, Juliana. **Bolsonaro mente ao dizer que não negligenciou vacinas contra Covid**. UOL, 2021. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2021/03/22/secom-bolsonaro-vacinacao-brasil-covid-19-confere.htm?>> Acesso em: 20/06/2021.
- BARBOSA, Alexandre. **Lançamento Pesquisa TIC Domicílios 2020. [S.I: s.n.]**, 2021. 1 vídeo (1:03:31). Publicado pelo canal NICbrvideos. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v-oyicogilu>> Acesso em: 22/12/2021.
- BARBOSA, Matheus Felipe Dias et al. **Confrontando informações de fake news na aula de Biologia-sequência didática sobre a febre amarela**. 2019.
- BARBOSA, Rafael. **TikTok Brasil cria conselho para combater desinformação e bullying**. Poder 360, 2021. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/tecnologia/tiktok-brasil-cria-conselho-para-combater-desinformacao-e-bullying/>> Acesso em:22/12/2021.

- BARBOSA, Sílvio Henrique Vieira. **O mito em O Triunfo da Vontade: uma análise do documentário de Leni Riefenstahl**¹. São Paulo, 2015.
- BBC. **Coronavírus: como evitar a desinformação em meio à Infodemia sobre covid-1.** [S.l.: s.n], 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-52413570>> Acesso em: 20/06/2021.
- BECERRA, Tomás. **Contra fake news, sociedade tem que ser alfabetizada para a mídia, diz pesquisador.** [Entrevista concedida a] Laura Mattos. Folha de S. Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2019/08/contra-fake-news-sociedade-tem-que-ser-alfabetizada-para-a-midia-diz-pesquisador.shtml>> Acesso em: 10/01/2022.
- BERCKEMEYER, F. **A mentira da pós-verdade.** Revista Uno: Desenvolvendo Ideias, [S.l.], n. 27, 2017. Disponível em: <<https://www.revista-uno.com.br/numero-27/a-mentira-da-pos-verdade/>> Acesso em: 15/06/2021.
- BORGES, Helena. **Um terço dos Brasileiros desconfia da Ciência.** O Globo, 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/um-terco-dos-brasileiros-desconfia-da-ciencia-23754327>> Acesso em: 20/06/2021.
- BRANCO, C.F.; MATSUZAKI, L. **Olhares da rede.** São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- BRASIL. **Ministério da Educação.** Base Nacional Comum Curricular. Brasília, 2018.
- BUENO, S. F. **A crítica dialética de Theodor Adorno ao fascismo: implicações no campo formativo.** Educação, v. 40, n. 3, p. 492-500, 31 dez. 2017.
- CARTA CAMPINAS. **Negacionismo é um movimento organizado para espalhar desinformação, revela historiador.** [S.l.], 2021. Disponível em: <<https://cartacampinas.com.br/2021/04/negacionismo-e-um-movimento-organizado-para-espalhar-desinformacao-revela-historiador/>> Acesso em: 20/06/2021.

- CASTELLS, Manuel *et al.* **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- CETIC.BR- Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação no Brasil: pesquisa TIC Domicílios.** Relatório de coleta de dados, São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/>> Acesso em: 22/12/2021.
- CETIC.BR- Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **Cresce o uso de Internet durante a pandemia e número de usuários no Brasil chega a 152 milhões, é o que aponta pesquisa do Cetic.br.** Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), 2021. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/noticia/cresce-o-uso-de-internet-durante-a-pandemia-e-numero-de-usuarios-no-brasil-chega-a-152-milhoes-e-o-que-aponta-pesquisa-do-cetic-br/>> Acesso em: 25/01/2022.
- CGEE- CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS. **Percepção pública da C&T no Brasil–2019.** Brasília, 2019, p.16. Disponível em: <[https://www.cgее.org.br/documents/10195/734063/CGEE_resumoexecuti vo_Percepcao_pub_CT.pdf](https://www.cgее.org.br/documents/10195/734063/CGEE_resumoexecutivo_Percepcao_pub_CT.pdf)> Acesso em: 25/01/2022.
- CHAGAS, Viktor. **Meu malvado favorito: os memes bolsonaristas de WhatsApp e os acontecimentos políticos no Brasil.** Estudos Históricos (Rio de Janeiro), v. 34, p. 169-196, 2021.
- CHAPMAN, M. **Fake news, echo chambers and filter bubbles: what you need to know.** BIK, 2017. Disponível em: <<https://www.betterinternetforkids.eu/practice/awareness/article?id=1990814>> Acesso em: 15/06/2021.
- CHRISTENSEN, Lars Thøger; KÄRREMAN, Dan; RASCHE, Andreas. **Bullshit and organization studies.** Organization Studies, v. 40, n. 10, p. 1587-1600, 2019.
- COSTAL, Marcelle; ZATTAR, Marianna. **Práticas informacionais e desinformação digital: uma revisão de literatura.** Informe: Estudos em Biblioteconomia e Gestão da Informação, Recife, v. 2, n. 1, 2018. Disponível

em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/INF/article/view/235868/30867>>
Acesso em: 15/06/2021.

- CT.UFRJ- Centro de Tecnologia da UFRJ. **NIDES**. Disponível em: <<https://ct.ufrj.br/nides/>> Acesso em: 25/01/2022.
- D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: A nova guerra contra a verdade em tempos de Fake News**. São Paulo: Faro Editorial, 2018.
- DA SILVA, Eli Lopes; PRESSER, Nadi Helena. **Infodemia, desinformação e os enunciados performativos: como os editores podem enfrentar tais problemas**. Navus: Revista de Gestão e Tecnologia, v. 11, n. 1, p. 1-7, 2021.
- DE CASTRO, Marcelo et al. **PERSPECTIVA DE GRADUANDOS DA UFMG A RESPEITO DAS FAKE NEWS**. In: Anais do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre.
- DELGADO, Malu. **"Se fosse por Bolsonaro, Brasil já teria 1 milhão de mortos"** Deutsche Welle (DW), 2021. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/se-fosse-por-bolsonaro-brasil-j%C3%A1-teria-1-milh%C3%A3o-de-mortos/a-57140354>> Acesso em: 11/01/2022.
- DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas CL. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. Media & Jornalismo, v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018.
- DE MORAES, Wallace dos Santos. **O ódio indisfarçável contra negros, indígenas, pobres e seus idosos - a necrofilia colonialista outrocida (NCO) no Brasil**. DIVERSITATES International Journal, v. 12, n. 2, p. 117-130, 2020.
- DE MORAIS, Dr. J. L. Bolzan. **Algoritmos, Fake News e a Democracia Representativa Brasileira**. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (do min 44 ao 1:30 min). Publicado pelo canal PPGLM / UFRJ. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7AmeJfM8MBc>> Acesso em 30/10/2021.
- DE PAULA BRITO, Vladimir; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. **Poder informacional e desinformação**. Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação, v. 8, n. 2, 2015.

- DIAS, Fernando Brito da Costa. **Competência em informação na era da pós-verdade: a (in) formação na graduação em biblioteconomia e ciência da informação da UFSCar**. 2021.
- DOS SANTOS, Janaina Roberta. **A ciência moderna e o domínio da natureza: contribuições filosóficas para pensar a crise ambiental**. 2013.
- DOS SANTOS, Ricardo Augusto. **O Carnaval, a peste e a'espanhola'**. História, Ciências, Saúde-Manguinhos, v. 13, n. 1, p. 129-158, 2006.
- DO VAL, Ronaldo Borges; VIANA, Thamirys Dias; GOUVEIA, Luis Borges. **O uso de Blockchain na identificação de Fake News: ferramentas de apoio tecnológico para o combate à desinformação**. Brazilian Journal of Business, v. 3, n. 3, p. 2726-2742, 2021.
- ECO, Umberto. **UR-fascismo (O fascismo eterno)**. Nueva York: Universidad de Columbia, 1995.
- ESTADÃO CONTEÚDO. **'Povo choraria por bomba no Congresso?', pergunta Eduardo Bolsonaro**. [S.l]: Diário do Nordeste, 2020. Disponível em: <<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/politica/povo-choraria-por-bomba-no-congresso-pergunta-eduardo-bolsonaro-1.2215850>> Acesso em: 20/06/2021.
- FALLIS, Don. **What is disinformation?** Library trends, v. 63, n. 3, p. 401-426, 2015.
- FELLETT, João. **'Vírus chinês': como Brasil se inseriu em disputa geopolítica entre EUA e China sobre pandemia**. São Paulo, BBC News Brasil, 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-51963251>> Acesso em: 15/06/2021.
- FERRARI, Ana Claudia; MACHADO, Daniela; OCHS, Mariana. **Guia da Educação Midiática**. 2020.
- FINDE, Boletim- **Nem saúde, nem economia e ainda sem luz no horizonte**. ed. Janeiro/ abril. Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2021, v. 2, n. 1. ISSN: 2675-7389 Disponível em:

<<http://finde.uff.br/wp-content/uploads/sites/43/2021/04/Boletim-4-completo-v2.pdf>> Acesso em: 22/12/2021.

- FINN, Ed. **What algorithms want: Imagination in the age of computing.** MIT Press, 2017.
- FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa.** 2ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- FORTIN, Marie-Fabienne; CÔTÉ, José; FILION, Françoise. **Fundamentos e etapas do processo de investigação.** 2009.
- FRANKFURT, Harry G. **Sobre falar merda.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2005.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido.** ed. 17^a, Rio de Janeiro: Paz e Terra, p. 259-268, 1987.
- GALHARDI, Cláudia Pereira et al. **Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil.** Ciência & Saúde Coletiva, v. 25, p. 4201-4210, 2020.
- GAUCHAT, Gordon. **Politicization of science in the public sphere: A study of public trust in the United States, 1974 to 2010.** American sociological review, v. 77, n. 2, p. 167-187, 2012.
- GRAGNANI, Juliana. **Um Brasil dividido e movido a notícias falsas: uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp.** Londres: BBC News, v. 5, 2018.
- GUIOL, Elsa. **"La fabrique du mensonge".** [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (1:33:31). Publicado pelo canal TV5 Monde Plus. Disponível em: <https://www.tv5mondeplus.com/details/vod/redbee:106870243_74079A> Acesso em: 20/06/2021.
- HORKHEIMER, M. **Eclipse da razão.** Trad. Sebastião U. Leite. 7.ed. São Paulo: Centauro, 2007.
- HUXLEY, Aldous. **Admirável mundo novo.** Livraria do Globo, 1945.
- IAMARINO, Atila. **Divulgação científica em vídeo - Aula 4 - Consumo de divulgação científica na internet PARTE 3.** São Paulo: Instituto de Física "Gleb Wataghin", 2019. 1 vídeo (1:01:47). Publicado pelo canal Atila Iamarino. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=9MdlfTDFHJk&t=1289s>> Acesso em: 17/01/2022.

- INSTITUTO REUTERS. **Compiled with the help of Rodrigo Carro Financial journalist and former Reuters Institute Journalist Fellow.** [S.l.], Universidade de Oxford, 2020. Disponível em: <<https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/brazil-2020/>> Acesso em: 20/06/2021.
- ISTO É. **Frases de Bolsonaro, o candidato que despreza as minorias.** [S.l.], 2018 Disponível em: <<https://istoe.com.br/frases-de-bolsonaro-o-candidato-que-despreza-as-minorias/>> Acesso em: 20/06/2021.
- JUNIOR, Gilson Cruz. **“Ver o que temos diante do nariz requer uma luta constante”: A pós-verdade como desafio à educação na era digital.** ETD: Educação Temática Digital, v. 23, n. 1, p. 273-290, 2021.
- JÚNIOR, Vicente Lopes da Rocha. **Os Prejuízos das fakes News ao Estado Democrático de Direito.** [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (50 min). Publicado pelo canal PUC Goiás. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ySKGfiaLKbk> Acesso em: 20/06/2021.
- KEYES, Ralph. **A era da pós-verdade: desonestidade e enganação na vida contemporânea.** 1.ed. Editora Vozes, 2018.
- LAZER, DAVID M. J. *et al.* **The Science of Fake News: Addressing Fake News Requires a Multidisciplinary Effort.** Science, v. 359, n. 8, 2018.
- LEFEVRE, Ana Maria; LEFEVRE, Fernando. **Pesquisa de representação social: Um enfoque qualiquantitativo.** 2ed. Brasília: Liber Livro, 2012.
- LEFEVRE, Fernando; LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti. **O sujeito coletivo que fala.** Interface-Comunicação, Saúde, Educação, v. 10, p. 517-524, 2006.
- LEWANDOWSKY, Stephan; ECKER, Ullrich K. H.; COOK, John. **Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era.** Journal of applied research in memory and cognition, v. 6, n. 4, p. 353-369, 2017.

- LILLEKER, Darren. **Understanding Fake News, The Nature of the Problem and Potential Solutions**. 2017.
- LLORENTE, José Antônio. **A era da pós-verdade: realidade versus percepção**. Revista UNO, São Paulo, nº 27, mar. 2017.
- LOBO, Edilene; DE MORAIS, José Luís Bolzan; NEMER, David. **DEMOCRACIA ALGORITMICA: O FUTURO DA DEMOCRACIA E O COMBATE ÀS MILÍCIAS DIGITAIS NO BRASIL**. Revista Culturas Jurídicas, v. 7, n. 17, 2020.
- MADEIRO, Carlos. **Após 25 anos, Brasil não bate meta em nenhuma vacina do calendário em 2019**. UOL, 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/03/23/apos-25-anos-brasil-nao-bate-meta-em-nenhuma-vacina-do-calendario-em-2019.htm>> Acesso em: 20/06/2021.
- MARTINS, Zeca. **Propaganda é Isso aí**. São Paulo: Futura, 2002.
- MATTOSO, Camila. **Bolsonaro chama governador do Piauí de demagogo após ser criticado por paralisação de auxílio**. Folha de Pernambuco, Pernambuco, 2021. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/politica/bolsonaro-chama-governador-do-piaui-de-demagogo-apos-ser-criticado-por/178601/>> Acesso em: 11/01/2022.
- MEDRÁN, Albert. **No reino da pós-verdade, a irrelevância é o castigo**. In Revista Uno, São Paulo, n.º 27 (A era da pós-verdade: realidade versus percepção), p. 33-35. 2017.
- MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital**. Companhia das Letras, 2020.
- MENDEL, T. **Liberdade de informação: um estudo de direito comparado**. ed. 2, Brasília: UNESCO, 2009.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. ed.18, Petrópolis: Vozes, 2001.
- MOREIRA, Pedro Henrique Soares. **A “verdade” do presidente não é libertadora**. Livres. Eu Sou Livres, 2020. Disponível em:

<<https://www.eusoulivres.org/textos/a-verdade-do-presidente-nao-e-libertadora/>> Acesso em: 15/06/2021.

- MOTOKANE, M. T. **Sequências Didáticas Investigativas E Argumentação No Ensino De Ecologia**. Ensaio Pesquisa em Educação em Ciências (Belo Horizonte), v. 17, n. spe, p. 115–138, 2015.
- MÜLLER, Luiz. **Os 11 princípios do ministro da propaganda nazista, Joseph Goebbels**. Carta Maior, 2017. Disponível em: <https://luizmuller.com/2017/02/04/os-11-principios-do-ministro-da-propaganda-nazista-joseph-goebbels/> Acesso em: 15/06/2021.
- NAPOLITANO, Marcos. **O negacionismo e o revisionismo histórico no século XXI: novos desafios para o ensino de história**. IN: PINSKY, Carla *et al* (org). Novos combates pela história. São Paulo, Contexto, 2021.
- NETO, Odilon Caldeira. **Sobre as mentiras fascistas, de Federico Finchelstein**. Estadão, 2020. Disponível em: <<https://estadodaarte.estadao.com.br/resenha-finchelstein-odilon-ea/>> Acesso em: 15/06/2021.
- NETTO, Carl Friedrich Wilhelm Litzendorf; PERUYERA, Matias Sebastião. **Fake News como ferramenta de propaganda política na internet**. In: XIX CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, Anais..., Cascavel, 2018.
- NIDES.UFRJ – **Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social. Mestrado Profissional**. Disponível em: <<http://nides.ufrj.br/index.php/ppgtds>> Acesso em: 22/12/2021
- **OLIVEIRA, Tânia Maria Saraiva de**. O cheiro do fascismo. **Brasil de Fato, 2020. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2020/05/06/o-cheiro-do-fascismo>> Acesso em: 20/06/2021.**
- ONU NEWS- Organização das Nações Unidas. **Estudo da ONU revela que mundo tem abismo digital de gênero**. [S.l], 2019. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2019/11/1693711>> Acesso em: 22/12/2021.

- **ONU. TikTok se une a ONU e parceiros para combate a desinformação da COVID-19.** Nações Unidas Brasil, 2021. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/127106-tiktok-se-une-onu-e-parceiros-para-combate-desinformacao-da-covid-19>> Acesso em: 22/12/2021.
- **OSIS.BG. Media Literacy Index 2021.** Open Society Institute Sofia, 2021. Disponível em: < <https://osis.bg/?p=3750&lang=en> > Acesso em: 22/12/2021.
- **OTTONICAR, S.L.C. et al. Competência em informação e a competência midiática sob o enfoque da liberdade de expressão.** In: Competência em informação: teoria e práxis. Brasília: Universidade de Brasília, 2015. p. 57-72.
- **Oxford Advanced Learner's Dictionary.** 6 ed. [S.l.], Oxford University Press, 2000.
- **PAGBRASIL. Brasil: os números do relatório Digital in 2020.** [S.l.], 2020. Disponível em: <<https://www.pagbrasil.com/pt-br/insights/brasil-os-numeros-do-relatorio-digital-in-2020/>> Acesso em: 20/06/2021.
- **PAIVA, Fernando. WhatsApp alcança presença recorde em 99% dos smartphones no Brasil.** Mobile Time, 2020. Disponível em: <<https://www.mobiletime.com.br/noticias/27/02/2020/whatsapp-alcanca-presenca-recorde-em-99-dos-smartphones-no-brasil/>> Acesso em: 22/12/2021.
- **PINTO, Álvaro Vieira. O conceito de tecnologia.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- **PINTO, Érica Jaqueline Soares; DE CARVALHO, Maria Eulina Pessoa; RABAY, Glória. Gênero: um fator condicionante nas escolhas de cursos superiores.** In: 18 REDOR. 2015.
- **POLI.UFRJ – Escola Politécnica da UFRJ.** Disponível em: <<http://www.poli.ufrj.br/>> Acesso em: 25/01/2022.
- **RAMOS, V. QUAIS OS MÉTODOS E PROCESSOS DE RECOLHA DE DADOS?** In: Médicos de Medicina Geral e Familiar. Investigação Passo a Passo: Perguntas e Respostas Essenciais para a Investigação Clínica. Lisboa: Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral, 2008.

- RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe Bonow; GRUZD, Anatolii. **Hyperpartisanship, disinformation and political conversations on Twitter: The Brazilian presidential election of 2018**. In: Proceedings of the international AAAI conference on Web and social media. 2020. p. 569-578.
- REDAÇÃO RBA. **Após ministro chamar universidades de ‘balbúrdia’, pesquisadores reagem**. Rede Brasil Atual, 2019. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2019/05/apos-ministro-de-bolsonaro-chamar-universidades-de-balburdia-pesquisadores-reagem/>> Acesso em: 15/06/2021.
- REDAÇÃO RBA. **O que o ataque de Bolsonaro contra livros didáticos esconde?** Rede Brasil Atual, 2020. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/educacao/2020/01/o-que-o-ataque-de-bolsonaro-contra-livros-didaticos-esconde/>> Acesso em: 20/06/2021.
- REDAÇÃO VEJA SP. **Bolsonaro chama Doria de ‘patife’ por restrições; governador ironiza**. São Paulo, 2021. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/bolsonaro-chama-doria-de-patife-por-restricoes-governador-ironiza/>> Acesso em: 20/06/2021.
- RIBEIRO, Janaína. **“Vamos fuzilar a petralhada”, diz Bolsonaro em campanha no Acre**. Exame, 2018. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/vamos-fuzilar-a-petralhada-diz-bolsonaro-em-campanha-no-acre/>> Acesso em: 20/06/2021.
- RODRIGUES, Julian. **Agenda de costumes ou pauta de extrema direita?** Revista Fórum, 2021. Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/rede/agenda-de-costumes-ou-pauta-de-extrema-direita-por-julian-rodrigues/#-bolsonaro-na-contramao-do-mundo>> Acesso em: 15/06/2021.
- ROETS, Arne *et al.* **‘Fake news’: Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions**. Intelligence, v. 65, p. 107-110, 2017
- SANTOS, B. S; MENESES, M. P. (Org.). **Epistemologias do Sul**. Coimbra: Almedina, 2009.

- SANTOS, Nina. **Estratégias Tecnológicas da Desinformação. Invisibilização como estratégia: A desinformação pode se esconder nos caminhos.** [S.l.: s.n], 2021. 1 vídeo (2:00:50). Publicado pelo canal Instituto de Estudos Avançados da USP. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EMi9IWltn3Q>> Acesso em: 22/12/2021.
- SCHNEIDER, Marco. **Crise da verdade, autoengano e competência crítica em informação.** [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (1:53:32). Publicado pelo canal PPGCI IBICT UFRJ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KhXpfSace3s&t=3189s>> Acesso em: 20/06/2021.
- SILVA, Tammi Schalm da. **Fake News: como ensinar os alunos a lidarem com essa realidade?** Porto Alegre, 2018.
- SINTRA, Marta Catarina Dias. **Fake News e a Desinformação: perspetivar comportamentos e estratégias informacionais.** 2019. Tese de Doutorado.
- SOUZA, Felipe. **'É como usar drogas': por que as pessoas acreditam e compartilham notícias falsas?** BBC News Brasil, São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45767478>> Acesso em: 20/06/2021.
- SPINELLI, Egle Müller; DE ALMEIDA SANTOS, Jéssica. **Saberes necessários da educação midiática na era da desinformação.** Revista Mídia e Cotidiano, v. 13, n. 3, p. 45-61, 2019.
- STOKKE, Andreas; FALLIS, Don. **Bullshitting, lying, and indifference toward truth.** Ergo-An Open Access Journal of Philosophy, v. 4, p. 277-309, 2017.
- TANDOC Jr., E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. **Defining “fake news”. A typology of scholarly definitions.** Digital Journalism, v. 6, n. 2, 2018, pp. 137-153
- TAVARES, Coronel Cláudio. **BRASIL, ACIMA DE TUDO.** Centro de Instrução Pára-quedista General Penha Brasil (CI Pqdt GPB). Disponível em:

http://www.cipqdt.eb.mil.br/download/trabalhos_cientificos/o_brado_brasil_acima_de_tudo.pdf Acesso em: 15/01/2022.

- TELLING, Marie. **Un château de cartes qui sé croule»: ils sont sortis de l'engrenage complotiste.** Slate, 2020. Disponível em: <<http://www.slate.fr/story/198086/qanon-theorie-complotiste-conspirationnistes-repentis-croyances-pizzagate-pedophiles-trump>>. Acesso em: 15/06/2021.
- THEVENO, G. **Blogging as a social media.** Tourism and Hospitality Research, Birmingham, v. 7, n. 3-4, p. 282 - 289, 2007.
- THIOLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação.** In: Metodologia da pesquisa-ação. 1988. p. 108-108.
- THIOLENT, Michel Jean Marie; DA COSTA LIMA, Daniella Munhoz. **A pós-verdade e a gestão: reflexões a partir do exemplo do Brasil.** Sociedade em Debate, v. 26, n. 1, p. 56-71, 2020.
- TOBIAS, Mirela Souza; CORRÊA, Elisa Cristina Delfini. **O paradigma social da Ciência da Informação: o fenômeno da pós-verdade e as fake news nas mídias sociais.** Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, v. 24, n. 3, p. 560-579, 2019.
- TUDO CELULAR. **Após pressão, Twitter adiciona ferramenta para denunciar Fake News no Brasil.** Tudo Celular.com, 2022. Disponível em: < <https://www.tudocelular.com/tech/noticias/n184602/twitter-> Acesso em: 25/01/2022.
- UOL. **Em vídeo, Alvim copia Goebbels e provoca onda de repúdio nas redes sociais.** UOL – Universo On Line, Folha de São Paulo, 2020. Disponível em : <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/01/em-video-alvim-cita-goebbels-e-provoca-onda-de-repudio-nas-redes-sociais.shtml>> Acesso em: 15/06/2021.
- UOL. **Covid: Justiça proíbe campanha do governo Bolsonaro que contradiz a ciência.** UOL – Universo On Line, São Paulo, 2021. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2021/03/17/covid-justica-proibe-campanha-do-governo-bolsonaro-que-contradiz-a-ciencia.htm?>> Acesso em: 15/06/2021.

- VARELA, Aida; BARBOSA, Marilene Lobo Abreu. **Trajetórias cognitivas subjacentes ao processo de busca e uso da informação: fundamentos e transversalidades**. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, p. 142-168, 2012.
- VERMELHO, Sônia Cristina *et al.* **Refletindo sobre as redes sociais digitais**. *Educação & sociedade*, v. 35, n. 126, p. 179-196, 2014.
- VILELA, Mateus Dias. **É melhor jair se acostumando**. *CONEXÕES DIGITAIS E*, p. 73, 2019.
- VIVO, Fundação Telefônica. **Como a Finlândia está usando as escolas para combater fake news**. [S.l.], 2021. Disponível em: <<https://fundacaotelefonicavivo.org.br/noticias/como-a-finlandia-esta-usando-as-escolas-para-combater-fake-news/>> Acesso em: 22/12/2021.
- VOLKOFF, Vladimir. **Pequena história da desinformação**. Lisboa: Editorial Notícias, 2000.
- VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. **The spread of true and false news online**. *Science*, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018.
- WARDLE, Claire. **First Draft's Essential Guide to Understanding Information Disorder**. UK: First Draft News, 2019
- WASZAK, Przemyslaw M.; KASPRZYCKA-WASZAK, Wioleta; KUBANEK, Alicja. **The spread of medical fake news in social media: the pilot quantitative study**. *Health Policy And Technology*, [s.l.], v. 7, n. 2, p.115-118, jun. 2018.
- WEISZFLOG, Walter. **Michaelis: moderno dicionário da língua portuguesa**. Melhoramentos, 1999.
- WHITING, Anita; WILLIAMS, David. **Why people use social media: a uses and gratifications approach**. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2013.
- ZAFFARONI, Eugenio Raúl. **A palavra dos mortos: Conferência de criminologia cautelar**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2012.
- ZULAR, Roberto. O núcleo pivotante da voz. **Cadernos de tradução**, v. 39, n. SPE, p. 372-402, 2019.
- ZYLBERKAN, Mariana. **"Tudo tem seu tempo", prega campanha de Damares por abstinência sexual**. *Veja*, 2020. Disponível em:

<<https://veja.abril.com.br/politica/tudo-tem-seu-tempo-prega-campanha-de-damares-por-abstinencia-sexual/>> Acesso em: 20/06/2021.

APÊNDICE A - INDICAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES

1. AIDAR, Flávia; ALVES, Januária. **Como não ser enganado pelas fake news**. 1.ed. São Paulo: Moderna, 2019.
2. ALVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio. **A sociedade de controle: Manipulação e modulação nas redes digitais**. Hedra, 2019.
3. ANDRIOLO, Eric Veiga. **A Estratégia Pós-Verdade: Táticas de Deslegitimação**. 1.ed. Appris Editora, 2021.
4. BARBOSA, Mariana (Ed.). **Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Cobogó, 2019.
5. BAZANINI, Roberto. **Estratégia competitiva: Pós-verdade e fake news no conflito Globo versus Universal-Record**. Cia do eBook, 2021.
6. BONSANTO, André. **Narrativas “historiográfico-midiáticas” na era da pós-verdade: um olhar sobre o revisionismo histórico para além das fake news**. Liinc em Revista; Vol. 17 No. 1 (2021): Infodemic and Our Future; e5631, v. 24, n. 2.
7. BRABO, Jesus Cardoso. **Falácias, pós-verdade e ensino-aprendizagem de Ciências**. Ensino & Pesquisa, 2021.
8. CARDOSO, Davi Valois. **O impacto das “fake news” na educação dos jovens do Brasil**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 7, n. 6, p. 614-625, 2021.
9. CARDOSO, Ivelise de Almeida. **Propagação e influência de pós-verdade e fake news na opinião pública**. 2019. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.
10. CHATES, Tatiana de Jesus. **Perspectivas educacionais em tempos de pós-verdade**. São Paulo: Paco Editorial, 2017.
11. CREECH, Brian; ROESSNER, Amber. **Declaring the value of truth: progressive-era lessons for combatting fake news**. Journalism Practice, v. 13, n. 3, p. 263-279, 2019.

12. CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos. **Discurso e pós(verdade)**. 1.ed. Parábola Editorial, 2021.
13. D'ALLONNES, Myriam Revault. **A Verdade Frágil - O que a Pós-verdade Faz ao Nosso Mundo Comum**. Edições 70, 2020
14. DA SILVA OLIVEIRA, Luiz Antonio. **O Direito à Liberdade de Expressão Eleitoral em Tempos de Fake News**. Editora Dialética, 2021.
15. DE ALMEIDA, Wallace Carriço; SANTOS, Edmea. **De memes a fake News: desafios de uma pesquisa formação na cibercultura**. Educação em Foco, p. 130-147, 2020.
16. DE BARROS, Gilmar Gomes; DA SILVA, Geise Ribeiro. **Fake news no Facebook**. Biblionline, v. 16, n. 1, p. 79-94, 2020.
17. DE MELLO RANGEL, Marcelo. **Ensino de História: temporalidade, pós-verdade e verdade poética**. Revista Tempo e Argumento, p. e0110-e0110.
18. DE SOUZA, Ademir Hilário *et al.* **Um estudo bibliográfico sobre as fake news no âmbito da saúde**. In: Silva MP, editor. Produção, comunicação e representação do conhecimento e da informação. Ponta Grossa: Atena; 2020, p. 1-388–416, 2020.
19. DINALI, Danielle; QUADROS, Manuella; FRANÇA, Mhardoqueu. **Direito na Sociedade da Pós Verdade**. Lumen Juris, 2018.
20. DOS SANTOS, Carlos Roberto Praxedes; MAURER, Camila. **Potencialidades e limites do fact-checking no combate à desinformação**. Comunicação & Informação, v. 23, 2020.
21. DOS SANTOS, Valquiria Tiago. **O ensino de Biologia de forma remota e a desconstrução de fake news em tempos de Covid-19: relato de uma intervenção**. Revista de Ensino de Biologia da SBEnBio, p. 247-267, 2020.
22. DUNKER, Christian *et al.* **Ética e pós-verdade**. Editora Dublinense, 2018.

23. ESTEVES, Gustavo Sampaio Fernando. **Viral: A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação**. Leya, 2020.
24. FAUSTINO, André. **Fake News: A Liberdade de Expressão nas Redes Sociais na Sociedade da Informação**. Lura Editorial, 2020.
25. FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio (Ed.). **As fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade: Manipulação, Polarização, Filter Bubbles**. Imprensa da Universidade de Coimbra/Coimbra University Press, 2019.
26. FIGUEIREDO, Miréia Arruda; CRUZ, Fernanda Volchan; PESCHANSKI, João Alexandre. **O papel do jornalismo no combate à desinformação científica: uma revisão de literatura**. Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2020.
27. FILGUEIRAS, Isabel *et al.* **Jornalismo em tempo de pós verdade**. Editora Dummar, 2018.
28. FREITAS FILHO, Alberto Rodrigues de et al. **A batalha político-midiática do movimento Brasil Livre: mídia, gênero e sexualidade como alvos da desinformação nas redes sociais**. 2019.
29. HEZROM, Edomm; MOREIRA, Isabela. **Pós-Verdade e Fake News: Os desafios do jornalismo na era do engano**. Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda, 2018.
30. HILGEMBERG, Larissa. **Plágio e fake news: você verifica a origem do que lê?** Diário do Nordeste, 2020. Disponível em: <<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/opiniao/plagio-e-fake-news-voce-verifica-a-origem-do-que-le-1.3013951>> Acesso em: 18/11/2021.
31. HORBACH, Lenon Oliveira. **Fake News: uma abordagem em face da liberdade de expressão, internet e democracia**. 2019.
32. HOTEZ, Peter. **Prevenindo a Próxima Pandemia: Diplomacia das Vacinas em Tempos de Anticidência**. São Paulo: Artmed, 2021.

33. KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump**. Editora Intrínseca, 2018.
34. LEVINSON, Paul. **Fake News in Real Context**. Nova York: Connected Editions, 2016.
35. LEVITIN, Daniel J. **O guia contra mentiras: Como pensar criticamente na era da pós-verdade**. Objetiva, 2019.
36. LOH, Stanley. **A verdade está nos dados ou não?: Discussões sobre o que é verdadeiro na era do Big Data, das fake news e da pós-verdade**. Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda, 2019.
37. LUIZ, Felipe. **Verdade, pós-verdade, notícias falsas e poder: Foucault e as fake news**. Ipseitas, v. 7, n. 1, 2021.
38. MACHADO, Ricardo de Jesus. **Fake news. Ambiência digital e os novos modos de ser**. Instituto Humanitas Unisinos (IHU), Rio de Janeiro, 520.ed., p. 1-56, abr. 2018. Disponível em: <https://www.academia.edu/36487884/Edi%C3%A7%C3%A3o_520_Fake_news_Ambi%C3%A2ncia_digital_e_os_novos_modos_de_ser?email_work_card=title> Acesso em: 18/11/2021.
39. MARQUETTO, Cristine Rahmeier. **Alfabetização midiática e jornalismo: práticas jornalísticas na escola para o desenvolvimento do pensamento crítico no combate à desinformação**. 2021.
40. MARTINS, Rodrigo. **Como as “bolhas” favorecem as fake news**. [s.n], Recife, 2020. 1 vídeo (2:54 min) Publicado pela Rádio Paulo Freire. Disponível em: <<https://sites.ufpe.br/rpf/2020/07/30/como-as-bolhas-favorecem-as-fake-news/#comment-28>> Acesso em 18 de nov. de 2021.
41. MORAIS, José Luiz; FESTUGATTO, Adriana. **A Democracia Desinformada: Eleições e Fake News**. 1.ed. Livraria do Advogado Editora, 2020.
42. MOURA, Marco Aurelio. **O discurso do ódio em redes sociais**. Lura Editorial (Lura Editoração Eletrônica LTDA-ME), 2016.

43. MUIGAI, Jane Wambui Waweru. **Understanding fake news**. Washington Post, 2017.
44. OLIVEIRA, Maria Livia Pacheco de; SOUZA, Edivanio Duarte. **A competência crítica em informação no contexto das fake news: os desafios do sujeito informacional no ciberespaço**. XIX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (XIX ENANCIB); XIX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (XIX ENANCIB), v. 24, n. 2, 2018.
45. PEREIRA, Cefas Garcia; MARQUES-NETO, Humberto Torres. **Caracterização da reação de agências de fact-checking às publicações sobre a pandemia da covid-19 em redes sociais**. In: Anais do XXXIX Simpósio Brasileiro de Redes de Computadores e Sistemas Distribuídos. SBC, 2021. p. 113-126.
46. PRETTO, Nelson De Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. Edufba, 2008.
47. RAIS, Diogo. Fake News. **A conexão entre a desinformação e o direito**. 2.ed. Revista dos tribunais, 2020.
48. ROCHA. Telma Brito. **Fake news e os desafios da educação na contemporaneidade**. Notícias, Revista Docência e Cibercultura, abril de 2020, online. ISSN: 2594-9004. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/announcement/view/1070>>. Acesso em: 18 de nov. de 2021
49. RODRIGUES, Dayanne. **Pandemia de desinformação: uma análise dos tipos de notícias falsas sobre o novo coronavírus e como agências de fact-checking tratam a desinformação no Brasil e em Portugal**. In: iCom. 2020. p. 26-53.
50. ROIZ, Diogo da Silva; GOMES, Geovane Ferreira; SANTANA, Isael José. **A (pós-) verdade em uma época de mutações civilizacionais**. Espírito Santo: Editora Milfontes, v. 385, 2018.

51. SALA, Marina *et al.* **O papel das redes sociais no contexto atual de pós-verdade.** 2019.
52. SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Editora estação das letras e cores, 2020.
53. SANTAELLA, Lucia. **Temas e dilemas do pós-digital: a voz da política.** Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2016.
54. SANTOS, Kassia Nobre dos. **Em busca da credibilidade perdida: a rede de investigação jornalística na era das fake news.** 1.ed. Editora Letramento, 2018.
55. SEGABINAZZI, Tiago. **Facada news: percorrendo a pós-verdade, a desordem informativa e as notícias falsas no twitter sobre a facada em Bolsonaro.** 2020.
56. SEGURADO, Rosemary. **Desinformação e Democracia: A Guerra Contra as Fake News na Internet.** Hedra, 2021
57. SILVA, Fernanda de Barros da *et al.* **O regime de verdade das redes sociais on-line: pós-verdade e desinformação nas eleições presidenciais de 2018.** 2019.
58. SILVA, Marina Maria Soares. **Catalisadores das Fake News: Uma Discussão Teórica no Âmbito Sociológico.** Revista *Ágora Filosófica*, v. 20, n. 1, p. 05-26, 2020.
59. SOUSA, José Franklin De. **Direito Holístico: Da Antiguidade À Era Da Pós-Verdade.** Amazon Digital Services LLC - KDP Print US, 2020.
60. TOBIAS, Mirela. **O fenômeno da pós-verdade no Facebook: análise das fake news relacionadas aos candidatos à presidência do Brasil no primeiro turno das eleições de 2018.** Tese (Mestrado em Gestão de Unidades de Informação) - Centro de Ciências Humanas e da Educação da Universidade do Estado de Santa Catarina (FAED/UDESC). Florianópolis, p. 216, 2018.

61. VARGAS, Ian Martin. **Fakenews e política: A influência da pós-verdade na ascensão da extrema-direita.** Contribuições a las Ciencias Sociales, n. 67, p. 14, 2020.
62. VASCONCELOS, José Elton de. **Ensino de Filosofia e o combate à pós-verdade: pensamento reflexivo e emancipação.** 2020.
63. VIANA, Elias. **Pós-verdade No Brasil: Liberdade, Igualdade E Fraternidade. Revolução Franco-brasileira.** Clube de Autores, 2020.
64. VICENTE, Francisco Carvalho; VICENTE, Paulo Carvalho. **Pós-verdade e política na era digital.** Janus 2018-2019-Conjuntura internacional: a dimensão externa da segurança interna, 2018.
65. VOGEL, Michely Jabala Mamede *et al.* **Bibliotecários e fake news: análise de publicações nacionais.** Revista Conhecimento em Ação, v. 6, n. 1, p. 5-24.
66. WHITEMAN, Davis. **Fake News: A gleeful solution to oil spill.** Amazon Digital Services LLC - KDP Print US, 2010.
67. YABRUDE, Angela Theresa Zuffo et al. **Desafios das Fake News com Idosos durante Infodemia sobre Covid-19: Experiência de Estudantes de Medicina.** Revista Brasileira de Educação Médica, v. 44, 2020.

APÊNDICE B - QUESTÕES DO QUESTIONÁRIO ONLINE QUE FORAM ADAPTADAS DE OUTROS ESTUDOS

Tabela 16 - Questões adaptadas

Questão do Questionário Online		Questão Original de outros estudos	
Nº	Pergunta	Pergunta original	Fonte
16.	Você utiliza o WhatsApp?	Com que frequência você acessa as mídias digitais (redes sociais e sites)?	Silva (2018, p.31)
18.	Você utiliza o Facebook?	Com que frequência você acessa as mídias digitais (redes sociais e sites)?	Silva (2018, p.31)
20.	Você utiliza o Twitter?	Com que frequência você acessa as mídias digitais (redes sociais e sites)?	Silva (2018, p.31)
32.	Você sabe distinguir uma notícia falsa de uma notícia verdadeira?	Formas de verificar se a notícia é ou não falsa.	De Castro et Al (2020, p. 05)
		Você saberia distinguir uma fake news de uma notícia verdadeira?	Barbosa (2019, p.72)
34.	Você já propagou uma fake news?	Você já passou adiante uma Fake News?	Silva (2018, p.33)
		Você compartilharia algo via rede social em um grupo por exemplo, sabendo que se trata de fake news?	Barbosa (2019, p.72)
35.	Com qual frequência você acredita receber fake news pelas redes sociais?	Você já identificou alguma Fake News? -	Silva (2018, p.33)
		Com qual frequência você acredita receber fake news pelas redes sociais?	Barbosa (2019, p.72)
36.	Se depois de compartilhar uma notícia em uma de suas redes sociais, você descobrisse que se trata de uma fake news, como você se sentiria?	Qual sua atitude ao perceber que compartilhou uma Fake News?	Silva (2018, p. 34)

Questão do Questionário Online		Questão Original de outros estudos	
Nº	Pergunta	Pergunta original	Fonte
38.	Você já foi vítima de fake news nas redes sociais? Ou seja, você já passou por constrangimentos, ofensas ou teve sua reputação comprometida após a divulgação de notícias a seu respeito que tenham sido propagadas nas redes sociais?	Você já foi vítima de Fake News?	Silva (2018, p. 34)
41.	Quais as estratégias você considera importante para não ter a sua opinião influenciada por fake news?	Estratégias para evitar a manipulação via fake news.	De Castro et Al (2020, p. 05)
42.	As ferramentas de verificação e checagem de fatos (fact-checking) se propõe a verificar a veracidade das informações divulgadas em mídias sociais virtuais. Você conhece alguma dessas ferramentas?	Você já utilizou alguma ferramenta para detectar Fake News?	Silva (2018, p. 38)

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

APÊNDICE C - CARACTERÍSTICAS SÓCIODEMOGRÁFICAS

Tabela 17 – Característica sociodemográficas - mestrandos

Grupo: Mestrandos				
Respondente	Localidade	Qual a sua idade?	Como você define sua identidade de gênero?	Como você identifica sua raça?
01	Petrópolis - RJ	Entre 46 e 59 anos	Feminino	Amarela
02	Jacarepaguá – RJ	Entre 30 e 45 anos	Masculino	Branca
03	Lins de Vasconcelos – RJ	Entre 46 e 59 anos	Feminino	Branca
04	Juiz de Fora – MG	Até 29 anos	Feminino	Branca
05	Ilha do Governador - RJ	Entre 46 e 59 anos	Feminino	Branca
06	Ilha do Governador - RJ	Entre 30 e 45 anos	Masculino	Parda
07	Niterói – RJ	Entre 30 e 45 anos	Feminino	Branca
08	Duque de Caxias – RJ	Entre 30 e 45 anos	Feminino	Parda
09	Penha – RJ	Entre 30 e 45 anos	Feminino	Branca
10	-	Entre 30 e 45 anos	Masculino	Preta
11	Santa Teresa – RJ	Entre 30 e 45 anos	Feminino	Parda
12	Bangu – RJ	Entre 30 e 45 anos	Feminino	Parda
13	Estácio – RJ	Entre 30 e 45 anos	Feminino	Amarela
14	Ilha do Governador – RJ	Entre 30 e 45 anos	Feminino	Preta

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Tabela 18 – Característica sociodemográficas – Graduandos

Grupo: Graduandos				
Respondente	Localidade	Qual a sua idade?	Como você define sua identidade de gênero?	Como você identifica sua raça?
01	Riachuelo – RJ	Até 29 anos	Masculino	Branca
02	Riachuelo – RJ	Até 29 anos	Masculino	Parda
03	Ricardo Albuquerque – RJ	Até 29 anos	Masculino	Preta
04	São Gonçalo – RJ	Até 29 anos	Feminino	Branca
05	Ilha do Governador - RJ	Até 29 anos	Masculino	Preta
06	Anchieta – RJ	Até 29 anos	Feminino	Parda
07	São João de Meriti - RJ	Até 29 anos	Feminino	Branca
08	Jacarepaguá – RJ	Até 29 anos	Masculino	Parda
09	Colégio – RJ	Até 29 anos	Masculino	Branca
10	Méier – RJ	Até 29 anos	Feminino	Branca
11	Jacarepaguá – RJ	Até 29 anos	Feminino	Preta
12	Botafogo – RJ	Até 29 anos	Feminino	Não declarado
13	Copacabana – RJ	Entre 30 e 45 anos	Masculino	Branca
14	Ilha do Governador - RJ	Até 29 anos	Feminino	Branca
15	Tijuca – RJ	Entre 30 e 45 anos	Feminino	Parda
16	Jacarepaguá – RJ	Até 29 anos	Feminino	Branca
17	Inhaúma – RJ	Até 29 anos	Masculino	Parda
18	Vila da Penha – RJ	Até 29 anos	Masculino	Branca

Grupo: Graduandos				
19	-	Até 29 anos	Feminino	Branca.

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

APÊNDICE D - PRODUTORES DE CONTEÚDO

Tabela 19 – Produtores de Conteúdo - Mestrandos

Grupo: Mestrandos	
Respondente	Quais os produtores de conteúdo você acompanha?
01	Gustavo Conde Jumentim Amarelo
02	Átila Iamarino Felipe Castanhari Pirula
04	Anitta
05	Alguns padres Luciano Huck Marcos Mion
06	Fabio Porchat Felipe Neto Jean Wyllys José de Abreu Lula Marcelo Adnet MST Oficial Reinaldo Azevedo
08	Alessandro Molon Denise Pires Erica Takamoto Fiocruz Lula Mário Sérgio Cortella Mídia Ninja Nathalia Arcuri Thais Araújo
09	Não lembro no momento.
10	Anitta
11	nenhum desses
12	Djamila Ribeiro Leandro Carnal Lilian Schwarcz Luciano Huck Marcos Mion Mário Sérgio Cortella
13	Não lembro no momento.
14	Luciano Huck

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Tabela 20 – Produtores de Conteúdo - Graduandos

Grupo: Graduandos	
Respondente	Quais os produtores de conteúdo você acompanha?
01	Não tenho conta em rede social. Acesso o Twitter sem logar, mas não sigo influenciadores (pessoa física).
02	Anitta Felipe Castanhari Felipe Neto Whinderson Nunes
03	Rita Von Hunty Sabrina Fernandes
04	Whinderson Nunes
05	Marcos Mion
07	Anderson França Cinematologia Guilherme Boulos Iconografia da História Luiza Erundina Manuela d'Ávila Tarcísio Motta Um filme me disse
08	Não lembro no momento
09	Anitta Felipe Castanhari
11	Amanda Farah Anitta Camilla de Lucas CS Lewis BR Dra Fayda Belo Gabi Oliveira Josy Ramos Nataly Nery Nath Finanças Padre Fabio de Mello Spartakus Tiê Taís Araujo

Grupo: Graduandos	
Respondente	Quais os produtores de conteúdo você acompanha?
12	André Trigueiro Atila Iamarino Imani Barbarin Nath Finanças Nina da Hora Vitor Mori
13	Anitta Felipe Neto Whinderson Nunes
14	Whinderson Nunes
15	Não lembro no momento
16	Emicida Fábio Porchat Guilherme Boulos Joyce Trindade Músicos independentes Talíria Petrone
18	Danilo Gentili Felipe Castanhari Felipe Neto Luciano Huck
19	Whinderson Nunes Não lembro no momento

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

APÊNDICE E - DIVULGAÇÃO DO QUESTIONÁRIO ONLINE

O questionário online foi divulgado aos potenciais sujeitos da pesquisa, para que pudessem contribuir com o estudo.

Em uma primeira fase, em setembro de 2021, foram contatados os docentes do Nides que ministraram de forma remota disciplinas no segundo semestre de 2021, a fim de solicitar que a pesquisadora pudesse fazer uma apresentação aos alunos de graduação e de mestrado, intencionando explicar a proposta, os objetivos do estudo e solicitar a contribuição dos alunos como sujeitos de pesquisa. Com o de acordo dos professores responsáveis pelas turmas foram feitas apresentações remotas em torno de 10 minutos, previamente gravadas com uso de uma ferramenta para apresentações de slides. A seguir os professores forneceram a lista de e-mail dos discentes que receberam o convite com o link para preenchimento do questionário online. Através do aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp, nos grupos das turmas contatadas, também foi disponibilizado o link para o preenchimento do questionário online.

A fase seguinte ocorreu em outubro de 2021, quando foram enviados e-mails através do SIGA para todos os discentes da escola politécnica. Como não houve uma apresentação da proposta, no e-mail constava um link do vídeo de apresentação da proposta e objetivos do estudo, alocado em um canal na plataforma Youtube.

Ainda no mês de outubro de 2021, houve uma terceira fase de tentativas, e o diretor da escola politécnica enviou e-mail para todos os discentes convidando-os a participarem da pesquisa. Da mesma forma anterior, no e-mail constava um link do vídeo de apresentação da proposta e objetivos do estudo, alocado em um canal na plataforma Youtube.

O questionário online foi respondido apenas por 33 discentes. Deve-se atentar que tal como em outras pesquisas acadêmicas feitas durante a pandemia da covid-19, a dificuldade quanto aos investigados responderem ao questionário online foi imensa, já que devido as restrições de distanciamento físico não foi possível um contato presencial para que a população investigada pudesse se ater da importância de contribuir participando da pesquisa. Ficou constatado então que a adesão

dos participantes a pesquisa quando convidados de forma online, através de e-mail, é muito baixa. (DIAS, 2021, p.105).

Ainda assim as respostas dos discentes recebidas via questionário online mostrou-se satisfatória, já que o questionário foi elaborado de forma ampla, com questões abertas e fechadas, sempre buscando contemplar todos os conceitos abordados, questões e objetivos desse estudo, o que permitiu que pudessem ser feitas as análises de dados e conclusões da pesquisa.

APÊNDICE F – TERMO DE CONSENTIMENTO

Esta pesquisa tem como objetivo investigar a percepção da comunidade acadêmica quanto a problemática da pós-verdade.

O tempo estimado para preenchimento deste formulário é de 15 minutos. Se você precisar interromper o preenchimento do questionário seus dados ficarão gravados para que você continue em outro momento. Não esqueça de preencher até o fim e enviar o questionário.

Os dados aqui sumarizados servirão apenas para análise e posterior divulgação do resultado da pesquisa, sendo divulgados de forma completamente anônima.

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social

Programa de Pós-Graduação de Tecnologia para o Desenvolvimento Social

Pesquisadora responsável: Lúcia Nascimento

e-mail: lucianascimento@tic.ufrj.br

Ao assinalar "sim" nas opções abaixo, você concorda com a sua participação voluntária na pesquisa e com a utilização de seus dados, de forma sumarizada e totalmente anônima, para fins de publicação e divulgação em eventos públicos.

Você não terá nenhuma despesa ao participar dessa pesquisa. Nenhum incentivo ou recompensa financeira está previsto pela sua participação nesta pesquisa.

Você pode comunicar desistência de participação nesta pesquisa a qualquer tempo. Basta enviar uma mensagem para o e-mail da responsável pelo formulário (na descrição), com o assunto "pesquisa pós-verdade", se identificando através do e-mail utilizado no preenchimento da pesquisa e comunicando sua desistência no corpo da mensagem. Seus dados serão excluídos em até sete dias e você será notificado por e-mail.

Apenas maiores de idade (18 anos ou mais) podem participar neste formulário. Se você for menor de idade e quiser participar da pesquisa, entre em contato pelos e-mails presentes na descrição acima.

De acordo com as Resolução 466 e 510 do Conselho Nacional de Saúde, todas as pesquisas envolvem riscos, ainda que mínimos. Desta forma, os eventuais riscos que o participante poderia vir a ter seria desconforto ou constrangimento ao responder as perguntas. Para evitar que isso ocorra é opcional que o participante se identifique.

O resultado da pesquisa será enviado por e-mail a todos os participantes.

APÊNDICE G – QUESTIONÁRIO ONLINE

Você concorda em participar da pesquisa? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim. Concordo em participar da pesquisa.
- Não desejo participar da pesquisa.

Identificação do Participante

1. **QUAL O SEU NOME?** (opcional)

2. **QUAL O CEP DE SUA RESIDÊNCIA? ***

3. **QUAL A SUA IDADE? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Até 29 anos.
- Entre 30 e 45 anos.
- Entre 46 e 59 anos.
- Acima de 60 anos.

4. **COMO VOCÊ DEFINE SUA IDENTIDADE DE GÊNERO? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Feminino
- Masculino

5. COMO VOCÊ IDENTIFICA SUA RAÇA? ***MARCAR APENAS UMA OVAL.**

- Preta.
- Branca.
- Parda.
- Amarela.
- Indígena.
- Outro: _____

6. VOCÊ TEM ALGUMA RELIGIÃO OU CRENÇA? ***MARCAR APENAS UMA OVAL.**

- Sim, católica.
- Sim, evangélica.
- Sim, espírita.
- Sim, judaica.
- Não tenho religião ou crença.
- Outro: _____

7. DE QUE FORMA VOCÊ MANTÉM SEU SUSTENTO MATERIAL? ***MARCAR APENAS UMA OVAL.**

- Não trabalho e meus gastos são totalmente custeados.
Pular para a pergunta 11
- Sou estudante bolsista. *Pular para a pergunta 11*
- Sou trabalhador(a) formal da iniciativa privada. *Pular para a pergunta 10*
- Sou trabalhador(a) informal. *Pular para a pergunta 10*
- Sou profissional liberal. *Pular para a pergunta 10*

- Sou empreendedor(a) e tenho meu próprio negócio. *Pular para a pergunta 10*
- Sou servidor(a) público. *Pular para a pergunta 10*
- Outro: _____

Área de Atuação Profissional

8. **EM QUE ÁREA VOCÊ ATUA PROFISSIONALMENTE?***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Ciências da natureza e suas tecnologias.
- Ciências humanas e sociais.
- Linguagens, informação e comunicação.
- Matemática e ciências exatas.

9. **VOCÊ É ALUNO DA UFRJ? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim. Sou aluno(a) de Graduação da UFRJ. *Pular para a pergunta 12*
- Sim. Sou aluno(a) de Mestrado em Tecnologia para o Desenvolvimento Social *Pular para a pergunta 15*
- Outro: _____

10. **QUAL O SEU CURSO? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Biologia.

- Engenharia
- Ambiental.
- Engenharia Civil.
- Engenharia de Computação e Informação.
- Engenharia de Controle e Automação.
- Engenharia de Materiais.
- Engenharia de Petróleo.
- Engenharia de Produção.
- Engenharia Eletrônica e de Computação.
- Engenharia Elétrica.
- Engenharia Mecânica.
- Engenharia Metalúrgica.
- Engenharia Naval e Oceânica.
- Engenharia Nuclear.
- Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social.

VOCÊ JÁ CURSOU ALGUMA DISCIPLINA ELETIVA (TECNOLOGIA SOCIAL, GESTÃO PARTICIPATIVA E/OU TRABALHO E FORMAÇÃO POLITÉCNICA) OFERECIDA PELO NIDES NÚCLEO INTERDISCIPLINAR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL?*

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim
- Não

Instituição de ensino

11. **QUAL INSTITUIÇÃO DE ENSINO VOCÊ ESTUDOU ANTES DA ATUAL?**

*

Pular para a pergunta 18

Aluno da Pós-Graduação

12. **VOCÊ É ALUNO DO PPGTDS?***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

Turma 2021

Turma 2020

13. **O SEU CURSO DE FORMAÇÃO DE NÍVEL SUPERIOR FOI EM QUAL ÁREA?**

***MARCAR APENAS UMA OVAL.**

Ciências humanas e sociais.

Linguagens, informação e comunicação.

Matemática e ciências exatas.

Ciências da natureza e suas tecnologias.

14. **QUAL INSTITUIÇÃO DE ENSINO VOCÊ ESTUDOU ANTES DA UFRJ?**

*

Sobre o uso de Redes Sociais

15. **PARA ACESSAR SUAS REDES SOCIAIS, NA MAIORIA DO TEMPO, VOCÊ UTILIZA: ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- rede Wi-fi na residência, trabalho e outros locais.
- internet móvel particular – plano pré-pago.
- internet móvel particular – plano pós -pago.

Sobre o uso do WhatsApp

16. **VOCÊ UTILIZA O WHATSAPP? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Ocasionalmente. *Pular para a pergunta 20*
- Todos os dias (menos de 2 horas por dia) .
- Todos os dias (mais de 2 horas por dia) . *Pular para a pergunta 20.*
- Não utilizo. *Pular para a pergunta 21*

Usuário do WhatsApp

17. **COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ UTILIZA O WHATSAPP? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Para entretenimento.
- Como fonte de informação de notícias.
- Como forma de comunicação rápida: troca de mensagens instantâneas, chamadas de voz, troca de arquivos, tanto relacionado a assuntos pessoais, como a assuntos profissionais.

Sobre o uso do Facebook

18. **VOCÊ UTILIZA O FACEBOOK? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Ocasionalmente.
- Todos os dias (menos de 2 horas por dia).
- Todos os dias (mais de 2 horas por dia).
- Não utilizo. *Pular para a pergunta 23.*

Usuário do Facebook

19. **COM QUAL FINALIDADE VOCÊ USA O FACEBOOK? ***

Você pode marcar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Para entretenimento.
- Como fonte de informação de notícias.
- Para conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e fotografias.
- Como uma ferramenta de trabalho, divulgação de negócios, serviços e produtos.
- Outro: _____

Sobre o uso do Twitter

20. **VOCÊ UTILIZA O TWITTER? *****MARCAR APENAS UMA OVAL.**

- Ocasionalmente.
- Todos os dias (menos de 2 horas por dia) .
- Todos os dias (mais de 2 horas por dia) .
- Não utilizo. *Pular para a pergunta 25*

Usuário do Twitter

21. **COM QUAL FINALIDADE VOCÊ UTILIZA O TWITTER? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Para entretenimento.
- Como fonte de informação de notícias.
- Como ferramenta de trabalho: influenciador digital, divulgador científico, divulgação de trabalhos etc.
- Outro: _____

Fake News

22. **VOCÊ SABE O QUE É FAKE NEWS? *****MARCAR APENAS UMA OVAL.**

- Sim. *Pular para a pergunta 26*
- Não. *Pular para a pergunta 29*

Conceito de Fake News

23. **DESCREVAO QUE VOCÊ ENTENDE POR FAKE NEWS? ***

Fake News

24. **DE QUEM VOCÊ ACREDITA QUE É A RESPONSABILIDADE DE LEVAR AOS JOVENS A RESPEITO DAS FAKE NEWS? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Familiares.
- Escola.
- Grande mídia.
- Gestores de políticas públicas.

Desinformação

25. **A DESINFORMAÇÃO ACONTECE DE DIVERSAS MANEIRAS. ALÉM DAS FAKE NEWS, QUAIS AS OUTRAS FORMAS DE TENTATIVAS DE MANIPULAÇÃO DA VERDADE VOCÊ COSTUMA PERCEBER AO ACESSAR SUAS REDES SOCIAIS? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Informações verdadeiras mas tiradas de contexto.
- Informações incoerentes.
- Informações que não podem ser verificadas, por não serem nem falsas e nem verdadeiras.
- Discursos de ódio.
- Outro: _____

Pós-verdade

26. **VOCÊ SABE O QUE É PÓS VERDADE? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim. *Pular para a pergunta 30*
- Não. *Pular para a pergunta 31*

Conceito de Pós-Verdade

27. **DESCREVAO QUE VOCÊ ENTENDE POR PÓS VERDADE: ***

Portais de notícias

28. **VOCÊ ACOMPANHA PORTAIS DE NOTÍCIAS DE MÍDIA ALTERNATIVA ATRAVÉS DAS SUAS REDES? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim.
- Não. *Pular para a pergunta 33*

Portais de notícias

29. **QUAIS OS PORTAIS DE NOTÍCIAS DE MÍDIA ALTERNATIVA VOCÊ ACOMPANHA? ***

Percepção a respeito de Notícias Falsas

30. **QUAL O SEU GRAU DE DESCONFIANÇA SOBRE AS NOTÍCIAS QUE CIRCULAM NAS REDES SOCIAIS?**

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sempre desconfio.
- Desconfio na maioria das vezes.
- Às vezes desconfio.
- Nunca desconfio.

31. **VOCÊ CONFIA EM UMA INFORMAÇÃO RECEBIDA ATRAVÉS DE SUAS REDES SOCIAIS QUANDO: ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Foi enviado por alguém que não divulga fake news.
- Foi enviado por um especialista no assunto.
- Foi divulgada através da grande mídia.
- A fonte que enviou a informação é uma instituição tradicional.
- A fonte que enviou a informação não tem interesse em propagar informações falsas.
- A informação recebida corrobora com o que eu já pensava.
- Outro: _____

32. **VOCÊ SABE DISTINGUIR UMA NOTÍCIA FALSA DE UMA NOTÍCIA VERDADEIRA? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Algumas vezes acredito que uma notícia falsa seja verdadeira.
- Com certeza sei distinguir uma notícia falsa de uma verdadeira.
- Não sei distinguir uma notícia falsa de uma verdadeira.
- Para mim é indiferente saber discernir notícias falsas de verdadeiras.

33. **QUANDO VOCÊ RECEBE UMA NOTÍCIA OU INFORMAÇÃO ATRAVÉS DE UMA DE SUAS REDES SOCIAIS, COMO VOCÊ VERIFICA SE É VERDADEIRA? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Clico no link da notícia para ler todo o seu conteúdo.
-

- Verifico a data da notícia.
- Busco através de um site de pesquisa, o google por exemplo, saber se aquela informação foi divulgada em outros veículos de comunicação.
- Não verifico a veracidade das informações/notícias recebidas.
- Outro: _____

34. VOCÊ JÁ PROPAGOU UMA FAKE NEWS ? *

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Sim, pois acreditei que o conteúdo precisava ser divulgado independente de ser verdadeiro ou falso.
- Sim, para alertar as outras pessoas a respeito das fake news que estão circulando nas redes.
- Sim, mas só percebi depois.
- Não que eu tenha conhecimento.
- Tenho certeza que nunca passei adiante uma fake news.

35. COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ ACREDITA RECEBER FAKE NEWS PELAS REDES SOCIAIS?*
MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sempre recebo, mas sei identificá-las.
- Às vezes recebo, mas consigo filtrar a maioria.
- Quase nunca recebo, mas sempre sei diferenciar notícias falsas de verdadeiras .
- Nunca recebo.
- Não sei.

36. SE DEPOIS DE COMPARTILHAR UMA NOTÍCIA EM UMA DE SUAS REDES SOCIAIS, VOCÊ DESCOBRISSE QUE SE TRATA DE UMA FAKE NEWS, COMO VOCÊ SE SENTIRIA? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Me sentiria culpado e deixaria de compartilhar coisas parecidas.
- Me sentiria culpado e procuraria passar a investigar a veracidade das informações antes de compartilhar.
- Saberria que não tenho culpa já que não fui eu quem criou a fake news.
- Não sentiria nada. Ocasionalmente, acho normal compartilhar alguma Fake News.

37. QUANDO VOCÊ PERCEBE QUE UMA NOTÍCIA FALSA ESTÁ SENDO DIVULGADA POR ALGUM CONHECIDO SEU NAS REDES SOCIAIS, O QUE VOCÊ COSTUMA FAZER? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Ignoro a postagem com notícias falsas.
- Respondo na postagem avisando que a notícia é falsa.
- Posto na minha própria conta da rede social uma correção da notícia ou aviso que aquela notícia é falsa.
- Denuncio a publicação para que seja removida.
- Deixo de seguir ou bloqueio quem postou uma notícia falsa.

38. VOCÊ JÁ FOI VÍTIMA DE FAKE NEWS NAS REDES SOCIAIS? OU SEJA, VOCÊ JÁ PASSOU POR CONSTRANGIMENTOS, OFENSAS OU TEVE SUA REPUTAÇÃO COMPROMETIDA APÓS A DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS A SEU RESPEITO QUE TENHAM SIDO PROPAGADAS NAS REDES SOCIAIS? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim.
- Não.

39. VOCÊ ACREDITA QUE OS INDIVÍDUOS POSSAM TOMAR DECISÕES IMPORTANTES BASEADAS EM NOTÍCIAS FALSAS QUE TIVERAM ACESSO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS? *

*

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim.
- Não. *Pular para a pergunta 44*

Influência das Fake News

40. **EM QUE ÁREAS VOCÊ ACREDITA QUE AS PESSOAS POSSAM SER MAIS INFLUENCIADAS POR FAKE NEWS? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Educação.
- Saúde.
- Política.
- Atualidades internacionais.
- Meio ambiente.
- Outro: _____

Estratégias

41. **QUAIS AS ESTRATÉGIAS VOCÊ CONSIDERA IMPORTANTE PARA NÃO TER A SUA OPINIÃO INFLUENCIADA POR FAKE NEWS? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Pergunto a opinião de pessoas próximas a respeito do assunto.
- Busco opinião de especialistas no assunto.
- Não confio em notícias de jornais sensacionalistas.
- Evito notícias com títulos bombásticos e tons alarmistas.
- Só confio em notícias condizentes com minhas opiniões pessoais.
- Sempre leio as notícias utilizando pensamento crítico.
- Não acredito em nenhuma notícia que seja divulgada através de redes sociais.

42. AS FERRAMENTAS DE VERIFICAÇÃO E CHECAGEM DE FATOS (FACT CHECKING) SE PROPÕE A VERIFICAR A VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES DIVULGADAS EM MÍDIAS SOCIAIS VIRTUAIS. VOCÊ CONHECE ALGUMA DESSAS FERRAMENTAS? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim, mas nunca utilizei.
- Sim, e costumo utilizar.
- Não conheço. *Pular para a pergunta 48*

Ferramentas de detecção de Fake News

43. VOCÊ ACREDITA QUE FERRAMENTAS DE DETECÇÃO DE FAKE NEWS SÃO CONFIÁVEIS? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim.
- Não.
- Não sei responder.

44. QUAIS FERRAMENTAS DE DETECÇÃO DE FAKE NEWS VOCÊ CONHECE? *

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Âncora dos Fatos.
- Aos Fatos.
- AVOADOR / Editoria Xereta
- Boatos.org
- Coletivo Bereia
- Coletivo DesminTo
- Duvide!
- E-Farsas

- Estadão Verifica
- Eté Checagem
- Fato ou Fake
- Fakebook.ECO
- Lupa
- Nujoc Checagem
- Projeto Coar
- Uol Confere
- Não lembro no momento.
- Outro: _____

Produtores de conteúdo

45. **VOCÊ SEGUE PRODUTORES DE CONTEÚDO E/OU PESSOAS PÚBLICAS QUE EMITEM OPINIÕES A RESPEITO DE DIVERSOS ASSUNTOS NAS REDES SOCIAIS? ***

Exemplos: autores digitais como políticos, líderes religiosos, cientistas, pesquisadores independentes, artistas que divulgam sobre estilos de vida, beleza, feminismo, artes, política e etc.

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim.
- Não: *Pular para a pergunta 50*

Produtores de conteúdo

46. **QUAIS OS PRODUTORES DE CONTEÚDO VOCÊ ACOMPANHA? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Alexandre Garcia.
- Allan dos Santos.
- Anitta
- Danilo Gentili

- Everson Zoio
- Felipe Neto
- Felipe Castanhari
- Flávia Viana
- Jéssika Taynara
- João Zoli
- Luciano Huck
- Marcos Mion
- Rafinha Bastos
- Rodrigo Constantino
- Whindersson Nunes
- Não lembro no momento
- Outro: _____

Difusão de notícias falsas

47. **DENTRE AS TEMÁTICAS ABAIXO, QUAIS AS QUE VOCÊ ACREDITA SEREM MAIS DIFUNDIDAS ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS PARA DISSEMINAR NOTÍCIAS FALSAS? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Informações financeiras/bolsas de valores.
- Terrorismo.
- Fofocas sobre celebridades.
- Legalização da pena de morte.
- Proibição de interrupção da gravidez - aborto legal.
- Desburocratização a concessão de posse e porte de armas.
- Excludente de ilicitude - situações em que militares podem ser isentados de punição.
- Regulamentação do homeschooling (ensino em casa)
- Outro: _____

48. NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2018 MUITAS NOTÍCIAS E INFORMAÇÕES VERDADEIRAS, FALSAS E/OU TENDENCIOSAS CIRCULARAM NAS REDES SOCIAIS. VOCÊ ACREDITA QUE O RESULTADO DO PLEITO FOI INFLUENCIADO PELO QUE FOI PROPAGADO NAS REDES SOCIAIS? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim
- Não
- Não sei responder.

49. VOCÊ ACREDITA QUE AS NOTÍCIAS FALSAS DIVULGADAS ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS AFETAM A CONFIANÇA DOS CIDADÃOS NAS INSTITUIÇÕES CIENTÍFICAS? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim.
- Não.
- Não sei responder.

50. QUAIS OS CANAIS VOCÊ COSTUMA UTILIZAR PARA SE INFORMAR SOBRE A PANDEMIADA COVID-19? *

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Televisão.
- Sites de Jornais da grande imprensa.
- Sites de instituições públicas de pesquisa.
- Artigos científicos.
- Youtube.
- Twitter.
- Facebook.
- Grupos de WhatsApp.
- Prefiro não acompanhar as notícias sobre esse assunto.

Outro: _____

51. DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19 TANTO AS NOTÍCIAS E INFORMAÇÕES VERDADEIRAS QUANTO AS FALSAS, CIRCULARAM AMPLAMENTE ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS. VOCÊ ACREDITA QUE NO CONTEXTO BRASILEIRO, OS CONTEÚDOS PROPAGADOS ATRAVÉS DESSES CANAIS INFLUENCIARAM A TOMADA DE DECISÃO DOS CIDADÃOS QUANTO A ADOÇÃO DE MEDIDAS DE PREVENÇÃO, CONTROLE E COMBATE AO SURTO DA COVID-19? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim.
- Não. *Pular para a pergunta 57*
- Não sei responder.

Informações sobre COVID-19

52. AS INFORMAÇÕES QUE VOCÊ TEVE ACESSO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS INFLUENCIARAM SUA DECISÃO DE: *

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Não utilizar máscara.
- Utilizar máscara para minimizar o risco de transmissão do vírus.
- Fazer uso de tratamento medicamentoso como prevenção contra a covid-19.
- Fazer uso de tratamento medicamentoso objetivando curar a covid-19.
- Aderir a medicamentos caseiros para prevenir/tratar a covid-19.
- Tomar vitaminas para aumentar a imunidade.
- Procurar fazer distanciamento social.
- Evitar aglomeração.

- Se expor ao vírus para que seja alcançada a imunidade de rebanho.
- Tomar a vacina quando oferecida pelo SUS.
- Não tomar vacina quando oferecida pelo SUS.
- Outro: _____

Desinformação

53. **NA SUA OPINIÃO AS PESSOAS DE BAIXA ESCOLARIDADE ACREDITAM MAIS EM NOTÍCIAS FALSAS E/OU PROPOSITAMENTE ENGANOSAS DO QUE AS PESSOAS QUE TEM MAIOR NÍVEL DE EDUCAÇÃO FORMAL? ***

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim
- Não
- Não sei responder.

Autenticidade de notícias científicas

54. **NA ELABORAÇÃO DE UM TRABALHO ACADÊMICO VOCÊ PROCURA UTILIZAR ESTRATÉGIAS PARA VERIFICAR A AUTENTICIDADE DE TRABALHOS E DISCURSOS CIENTÍFICOS DIVULGADOS NA INTERNET? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Sim. Pesquiso o assunto em diversos sites para ter opiniões diferentes a respeito de um determinado fato.
- Sim. Sempre me baseio em sites que considero confiáveis.
- Sim. Verifico a data do estudo já que a ciência está em constante mudança e não posso utilizar uma informação antiga que já foi refutada, como verdadeira.
- Sim. Verifico a bibliografia utilizada pois acredito que artigos de qualidade possuem um bom embasamento de referências.

- Não costumo me preocupar com a verificação de informações no meio científico.

Autenticidade de notícias científicas

55. DURANTE A SUA FORMAÇÃO VOCÊ JÁ TEVE ALGUMA EXPERIÊNCIA COM UMA INFORMAÇÃO NÃO CONFIÁVEL, OU AINDA, COM UMA INFORMAÇÃO QUE SIMPLEMENTE NÃO HAVIA COMO VOCÊ VERIFICAR SUA VERACIDADE? *

MARCAR APENAS UMA OVAL.

- Sim.
 Não *Pular para a pergunta 61*

Desinformação no meio acadêmico

56. DISSERTE SOBRE SUA EXPERIÊNCIA COM ALGUM CONHECIMENTO DUVIDOSO PROPAGADO NO MEIO ACADÊMICO.

Conhecimento científico

57. VOCÊ ACOMPANHA ALGUM DIVULGADOR CIENTÍFICO OU CANAL DE DIFUSÃO DE CONHECIMENTO CIENTÍFICO ATRAVÉS DAS SUAS REDES SOCIAIS? *

MARCAR APENAS UMA OVAL. Sim Não

Divulgação de conhecimento científico

58. **QUAIS OS DIVULGADORES CIENTÍFICOS OU CANAIS DE DIFUSÃO DE CONHECIMENTO CIENTÍFICO VOCÊ ACOMPANHA ATRAVÉS DAS SUAS REDES SOCIAIS? ***

Você pode selecionar uma ou mais alternativas de resposta.

Marque todas que se aplicam.

- Atila Iamarino
- Luiza Caires
- Otavio Ranzani
- Mellanie Fontes-Dutra
- Natalia Pasternak
- Alimente o Cérebro
- BláBlálogia
- Canal do Pirula
- Canal USP
- Eu, Ciência
- Olá, Ciência
- Ponto em Comum
- SpaceToday
- Universo Narrado
- Xadrez Verbal
- Não lembro no momento.
- Outro: _____

Observações

59. **USE ESTE ESPAÇO PARA ALGUMA OBSERVAÇÃO QUE JULGUE NECESSÁRIA:**

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Formulários **Google**