



3º Encontro de Pesquisa
em Informação e Mediação

unesp

UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA



III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

DESINFORMAÇÃO, *FAKE NEWS* E PÓS VERDADE: SUAS DISTINÇÕES E COMO EVITÁ-LAS

Regis Martins – Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Oswaldo Francisco de Almeida Júnior – Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Modalidade da Apresentação: Comunicação Oral

Resumo: As formas de comunicação foram evoluindo com o decorrer do tempo, saindo das cartas, passando pelo telegrama, pelo telefone, aparelhos de fax símile, chegando hoje nos aparelhos de telefones celulares. A disseminação de fofocas, boatos, notícias falsas, são assuntos que ultrapassam séculos e gerações e não são exatamente uma novidade, elas sempre existiram mas, se notícias falsas sempre existiram, o que as difere do século XVI para as do século XXI? No presente trabalho, nosso objetivo geral é analisar e discutir os termos desinformação, *fake news* e pós verdade. Uma vez definido o objetivo geral, passamos aos objetos específicos que são: analisar uma informação recebida; verificar se tal informação é verdadeira ou falsa. O presente trabalho, exploratório e majoritariamente qualitativo, utiliza um método de pesquisa bibliográfico e analítico dos textos teóricos fundamentais desse segmento da ciência informação para determinar as principais características da desinformação, *fake news* e pós verdade considerando-se autores e perspectivas de diferentes países. Explicitaremos que a pós-verdade se constitui como um elemento fulcral que caracteriza a crise da pós-modernidade; a desinformação atuando como uma espécie de antipolítica que sustenta a pós-verdade e a *fake news* um dos principais produtos que amparam a antipolítica de desinformação, sendo a articulação entre os três conceitos, um amplo espectro que configura a crise da pós-modernidade. Recomenda-se a checagem do conteúdo das informações recebidas é de vital importância para evitar a propagação de desinformação, *fake news* e pós-verdade. Esta checagem deve ser realizada com toda e qualquer informação recebida.

Palavras-Chave: Desinformação; *Fake news*; Pós-Verdade.

DISINFORMATION, FAKE NEWS AND POST TRUTH: ITS DISTINCTIONS AND HOW TO AVOID THEM

Abstract: The forms of communication have evolved over time, leaving the letters, passing through the telegram, the telephone, fax facsimile devices, arriving today in the cell phones. The spread of gossip, rumors, false news, are matters that go beyond centuries and generations and are not exactly a novelty, they have always existed, but if false news has always existed, what differs them from the 16th century to those of the 21st century? In the present work, our general objective is to analyze and discuss the terms disinformation, fake news and post truth. Once the general objective has been defined, we move on to the specific objects that are: analyzing a news message received; how to check whether such news is true or false. The present work, exploratory and mostly qualitative, uses a method of bibliographic and analytical research of the fundamental theoretical texts of this segment of information science to determine the main characteristics of misinformation, fake news and post-truth considering authors and perspectives from different countries. We will explain that the post-truth is a central element that characterizes the crisis of post-modernity; disinformation acting as a kind of antipolitics that supports the post-truth and fake news one of the main products that support

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

the disinformation antipolitics, with the articulation between the three concepts, a broad spectrum that shapes the crisis of postmodernity. It is recommended that checking the content of the information received is of vital importance to avoid the spread of misinformation, fake news and post-truth. This check must be carried out with any and all information received.

Key words: Disinformation; Fake news; Post-Truth.

DESINFORMACIÓN, FAKE NEWS Y POS VERDAD: SUS DISTINCIONES Y CÓMO EVITARLAS

Resumen: Las formas de comunicación han ido evolucionando con el tiempo, saliendo las cartas, pasando por el telegrama, el teléfono, fax facsímil, llegando hoy a los celulares. La difusión de chismes, rumores, noticias falsas, son asuntos que van más allá de siglos y generaciones. y no son exactamente una novedad, siempre han existido, pero si siempre han existido las noticias falsas, ¿qué las diferencia del siglo XVI al del XXI? En el presente trabajo, nuestro objetivo general es analizar y discutir los términos desinformación, fake news y post verdad. Una vez definido el objetivo general, pasamos a los objetos específicos que son: analizar un mensaje noticioso recibido; cómo comprobar si esas noticias son verdaderas o falsas. El presente trabajo, exploratorio y mayoritariamente cualitativo, utiliza un método de investigación bibliográfica y analítica de los textos teóricos fundamentales de este segmento de la ciencia de la información para determinar las principales características de desinformación, fake news y posverdad considerando autores y perspectivas de diferentes países. Explicaremos que la posverdad es un elemento central que caracteriza la crisis de la posmodernidad; la desinformación actuando como una especie de antipolítica que sustenta la posverdad y las fake news uno de los principales productos que sustentan la desinformación antipolítica, siendo la articulación entre los tres conceptos, un amplio espectro que configura la crisis de la posmodernidad. Se recomienda que comprobar el contenido de la información recibida es de vital importancia para evitar la difusión de desinformación, fake news y post-verdad. Esta verificación debe realizarse con toda la información recibida.

Palabras clave: Desinformación; Noticias falsas; Post-verdad.

1 INTRODUÇÃO

Santaella (2007) destaca que a comunicação, faculdade que as pessoas possuem de se manifestarem as outras, exprimindo seus sentimentos, pensamentos sempre foi uma atribuição fundamental, trazendo à linguagem um agente preponderante que é a mediação; pois de acordo com a autora não há uma ação de transmitir uma mensagem ou receber outra sem a comunicação ou sem o que comunicar.

A comunicação é palavra derivada do termo latino "*communicare*", que significa partilhar, participar algo, tornar comum; observada ainda por Freire (2020), é característica histórica e primária no mundo, bem como fundamental no desenvolvimento da humanidade, pois, através dela partilhamos informações e fazemos com que seja uma atividade fundamental para a vida em sociedade.

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

As formas de comunicação foram evoluindo com o decorrer do tempo, saindo das cartas, passando pelo telegrama, pelo telefone, aparelhos de fax símile, chegando hoje nos aparelhos de telefones celulares.

A disseminação de fofocas, boatos, notícias falsas, são assuntos que ultrapassam séculos e gerações e não são exatamente uma novidade, elas sempre existiram “[...] a informação via notícias falsas ou intencionalmente deturpadas/descontextualizadas sempre existiu na história dos meios de comunicação/informação e da sociedade geral” (SILVA, 2018, p. 348).

Com a comunicação, paralelamente vieram as notícias falsas, na Europa do século XV a comunicação oral foi se aperfeiçoando e as inverdades eram disseminadas em boatos, fofocas:

Os boatos foram descritos como "um serviço postal oral", funcionando com velocidade admirável. As mensagens transmitidas nem sempre eram espontâneas: algumas vezes se disseminavam por motivos políticos e, em tempos de conflito, um lado regularmente acusava o outro de espalhar boatos (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 37).

O meio de comunicação mais ágil da época eram as cartas que, transportadas por navios demoravam em média de seis a nove meses para chegar ao destino. Como a maioria das pessoas não sabia ler, tampouco escrever e com o comércio se desenvolvendo de maneira exponencial a comunicação oral passou a ter uma importância fundamental na compra, troca e venda de mercadorias; em virtude disso tornou-se hábito frequente a disseminação de boatos, cujo objetivo era elevar ou diminuir o preço de alguma mercadoria. Os pontos centrais de comunicação entre as pessoas eram as tabernas, pois, eram nesses locais que ocorriam trocas de ideias e também de boatos (BRIGGS; BURKE, 2006).

Na Europa do século XVI, as comunicações já não estavam mais restritas às tabernas do outro século, segundo os mesmos autores (2006, p. 59) “[...] Os centros de comunicação oral incluíam tabernas, banhos públicos e cafés, uma inovação no período.”

Na segunda metade do século XV, com a invenção da imprensa e o sistema de tinta de prensa móvel desenvolvido por Johann Gutenberg¹, houve uma grande revolução da informação, onde os profissionais que exerciam as atividades de imprensa se aproveitavam

¹ Johannes Gutenberg (1396-1468) foi um inventor alemão, o primeiro a usar a prensa e os tipos móveis de metal, inventos que revolucionaram a técnica de impressão. Disponível em: https://www.ebiografia.com/johannes_gutenberg/. Acesso em: 01 de abr. 2021.

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

de suas habilidades, artimanhas e as moldavam para, além de divulgarem notícias verdadeiras, disseminar notícias falsas.

Uma dessas histórias é apontada pelo historiador americano Robert Darnton², que nos revela as aventuras de um jornalista e aventureiro do século XVI chamado Pietro Aretino, que difamava diariamente qualquer um dos cardeais candidatos a virar papa, para favorecer o seu candidato. O jornalista escrevia poemas curtos e os grudava na estátua de um personagem chamado Pasquino perto da Piazza Navona, em Roma, dizendo que um era muito tímido, outro que possuía várias amantes, outro que era o filhinho da mamãe, estes ficaram conhecidos como “pasquinadas”, eram as *fake news* daquela época e faziam grande sucesso. Eram usadas para chantagear além dos cardeais candidatos ao papado, figuras de Roma que lhe pagavam para que ele não os publicasse.

Briggs e Burke (2006), nos trazem ainda vários exemplos de boatos, dos quais destacamos o de 1680, denominado de “conspiração papal”, sendo uma conspiração de pessoas católicas que faziam oposição ao papa Beato Inocêncio XI com objetivo de assassinar Carlos II, rei da Inglaterra, que acabou sendo descoberta como falsa; outro boato, o do ano de 1789, o chamado “grande medo” que ocorreu nas áreas rurais do interior da França e cujo objetivo era o de disseminar o pavor entre os trabalhadores daquelas áreas de que brigadas militares viriam a qualquer momento para dizimá-los ou destruir as suas plantações, cujos mandantes seriam os ingleses ou a própria aristocracia, durante a Revolução Francesa. Adentrando ao século XX, que foi caracterizado por grandes conflitos mundiais, as notícias falsas continuaram transcorrendo o mundo. Na Primeira Guerra Mundial, quando o uso inovador de propaganda³ foi utilizada por todos os envolvidos Breton (1999). Da mesma maneira, as informações falaciosas atravessaram o período denominado de Guerra Fria entre Estados Unidos e a então União Soviética, chegando aos dias presentes com a utilização massiva de notícias falsas nas eleições estadunidenses de 2016 e nas brasileiras de 2018.

2 PROBLEMÁTICA

² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>. Acesso em: 30 de mar 2021.

³ A propaganda política de guerra baseia-se, sem restrições, no engano e no constrangimento. Foi na Grande Guerra que pela primeira vez as nações intervenientes dedicaram meios materiais e humanos para convencer a opinião pública da necessidade de fazer a guerra, porque estavam a combater pela liberdade. https://www.momentosdehistoria.com/MH_06_01_Patriotismo.htm#:~:text=A%20propaganda%20pol%C3%A9tica%20baseia%20se,estavam%20a%20combater%20pela%20liberdade. Acesso em: 30 de mar. 2021.

A questão do problema pode estar relacionada a inúmeros fatores, pois implica em adotar pressupostos ideológicos, filosóficos, sociológicos, políticos, étnicos, sociais, é preciso que esses fatores estejam claros para o pesquisador (LEFEVRE; LEFEVRE, 2012).

Neste sentido, a problematização depende de determinados fatores até que ele vire um objeto de pesquisa, isso também está relacionado a decisões e opções difíceis do pesquisador. O problema a ser debatido nesta pesquisa, resume-se aos seguintes questionamentos: 1) - Diante da imensa produção de dados e informações no contexto da sociedade atual, no âmbito científico e tecnológico como lidar com a disseminação de notícias falsas no cotidiano? 2) - Se notícias falsas sempre existiram, o que as difere para as de agora?

3 JUSTIFICATIVA

O presente texto busca apresentar a relevância do tema para a Ciência da Informação, assim como para a sociedade e comunidade acadêmico/científica. Ressaltamos a importância do tema que é atual e nos impacta cotidianamente seja nas mídias faladas e/ou escritas.

Também nos preocupa o uso deste tipo de informação que é utilizada de forma proposital e falaciosa para atingir fins escusos e desvirtuar de forma fulcral o objeto cognoscível. Acreditamos na relevância deste trabalho, que contribuirá para um desenvolvimento social e cultural na reflexão quanto à informação recebida e também quanto a informação repassada a terceiros.

4 OBJETIVO GERAL

Trata o objetivo de uma pesquisa científica um escopo geral ao qual pretendemos alcançar. Os objetivos se relacionam com a finalidade geral a qual busca chegar à conclusão de uma determinada pesquisa, para isso, devemos também delimitar esses objetivos, tanto geral como específicos. Este trabalho tem por objetivo geral verificar, analisar e discutir do ponto de vista teórico-conceitual e com base na revisão de literatura, os termos: Desinformação, *Fake News* e Pós-Verdade no âmbito geral e a suas proximidades com a Ciência da Informação.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Uma vez definido o objetivo geral, passamos aos objetos específicos da pesquisa que são:

- Analisar uma informação recebida;
- Verificar se tal informação é verdadeira ou falsa.

6 MATERIAIS E MÉTODOS

O presente trabalho, exploratório e majoritariamente qualitativo, utiliza um método de pesquisa bibliográfico e analítico dos textos teóricos fundamentais desse segmento da ciência informação para determinar as principais características da desinformação, *fake news* e pós verdade. Para a execução desta pesquisa, foram realizadas diversas buscas em inúmeros periódicos relacionados ao tema, foram consultadas as bases de dados: *ISKO*, *BRAPCI* e a *SCOPUS*, Capes Periódicos e Google Acadêmico, utilizando os termos de busca que consistem nas palavras-chave: desinformação, *fake news* e pós verdade.

Entende ainda Gressler (2007), que esse tipo de abordagem não tem como objetivo principal a representação estatística, por outro lado, busca o aprofundamento da compreensão analítica de um grupo e procura apresentar os principais textos e análises teóricas por meio da pesquisa bibliográfica. Para Marconi e Lakatos (2001), essa modalidade de pesquisa engloba oito etapas diferentes: a) escolha do tema; b) elaboração do plano de trabalho; c) identificação; d) localização; e) compilação; f) fichamento; g) análise e interpretação; h) redação. A pesquisa bibliográfica de acordo com Gil (2002), possibilita com que o pesquisador tenha um amplo respaldo de fenômenos do que ele poderia simplesmente investigar em seu projeto de pesquisa inicial.

Neste trabalho, utilizaremos a pesquisa bibliográfica, mas não limitada a um simples levantamento bibliográfico em base de dados, periódicos, catálogos ou outras fontes de informação, mas sim uma análise meticulosa dos dados obtidos.

7 INTERNET E MÍDIAS SOCIAIS: VELOCIDADE E PRATICIDADE NA DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Em décadas passadas para capturar a imagem de uma pessoa ou de um objeto era necessária uma máquina fotográfica, para gravar uma conversa era necessário um gravador e para ouvir uma música se fazia necessário o uso de um aparelho que tocasse discos e a comunicação, além do telefone, entre familiares ou amigos era feita através de carta. Hoje em dia, podemos realizar um pagamento pelo celular, com um simples toque no teclado, mas, podemos também utilizar essas ferramentas para a propagação de notícias falsas.

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

Mas, se notícias falsas sempre existiram, o que as difere do século XVI para as do século XXI?

Com o advento da internet, que é uma rede mundial que interliga usuários de computadores em busca de informações em várias partes do globo terrestre, houve um expansionismo informacional e com ele advieram plataformas para que as comunicações entre as pessoas fossem facilitadas e rápidas, como as mídias sociais, *facebook*, *instagram* e aplicativos de mensagens instantâneas, como por exemplo o *whatsapp*, que é um aplicativo que oferece além de mensagens instantâneas, chamada de voz, possibilidade do usuário anexar imagens, documentos e vídeos para outra pessoa. Com o surgimento dessas novas tecnologias nunca foi ao mesmo tempo tão fácil, prático e rápido disseminar informações equivocadas, errôneas e falsas ou até mesmo as verdadeiras:

O que mudou foram os procedimentos de difusão dessas informações, precipuamente por meio dos ambientes digitais que condensou uma fragilidade ética no modo de produzir, disseminar, utilizar e apropriar da informação. (SILVA, 2018, p. 348).

Em nosso cotidiano e em uma dependência constante de tecnologia, os meios de comunicação e informação estão cada dia mais digitais ao passo em que se o indivíduo não estiver conectado e antenado às informações recebidas, sejam elas verdadeiras ou falaciosas, a sociedade o tratará como um analfabeto digital; o que nos parece é que somos obrigados a ficar conectados 24 horas por dia aos equipamentos de tecnologia. Assim, de uma forma ou de outra, quer queiramos ou não, estamos sim conectados a ela, ou no aparelho celular, no *tablet*, no computador ou em qualquer outro objeto tecnológico, para podermos realizar um pagamento, ou para também através desses mesmos aparelhos receber quase que instantaneamente uma imensa produção de dados e informações.

Nesse mesmo sentido, Araújo (2018) ao analisar as tecnologias e o conceito de informação, afirma que, ideias e formas de armazenamento, consulta e reprodução documental, dissociação entre suporte físico da informação e seu conteúdo, se intensificaram demasiadamente com o desenvolvimento dos computadores.

Com base em Souza (2011), devido à aceleração dos processos de comunicação, o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) da mesma maneira em que permite a democratização do saber também propaga valores culturais e de mercado impostos pelas culturas hegemônicas, dificultando, assim, uma reflexão crítica sobre uso da

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

informação. Isso acontece quando o conhecimento veiculado pelas novas tecnologias torna o seu usuário um mero reproduzidor dos discursos difundidos. Nesse caso o fato de ter acesso às novas mídias - Internet, base de dados, bibliotecas digitais etc. - não faz do usuário um sujeito capaz de gerar novos conhecimentos. Em outras palavras, ter acesso às novas tecnologias, saber usar computadores e internet, não significa que o sujeito tenha domínio destas ferramentas, que saiba explorar suas potencialidades, produzir novas experiências.

Somos frequentemente notificados por uma produção incontrolada de informações sendo que, a maioria delas geradas de forma inútil, impactando negativamente o dia a dia do usuário, nesse sentido, com base em definições que são corroboradas por Hancock (2016):

1) Desinformação: trata-se de uma escassez de informação, e/ou uma informação equivocada, errônea 2) Pós-verdade: Há a disseminação de informações propositadamente errôneas sobre não aquilo que eu conheço, mas aquilo que eu sinto como sobre determinadas pessoas ou determinados assuntos, ou ainda a “circunstância na qual os fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública que aquelas que apelam para a emoção e à crença pessoal”. 3) *Fake news*, que de maneira genérica é entendida como notícias falsas, isto é, uma informação produzida que tem por finalidade causar um impacto positivo ou negativo, seja ela no aspecto social, profissional, políticos, entre outros.

Com esta gama de informações nos chegam também várias matérias falaciosas, desinformativas e enganosas em relação às quais precisamos ficar atentos quanto a sua veracidade, pois, não podemos receber uma informação, via aplicativo de mensagens instantâneas (*WhatsApp*) e sem checar sua veracidade, repassar aos contatos ou grupos dos quais participamos (grupo do futebol, do churrasco, grupo de orações, etc.) que podem ter até 256 participantes⁴ e que cada membro do grupo também possui um outro grupo com mais 256 participantes, ou seja, é uma teia de comunicação sem fim:

[...]o que, no mundo artesanal era chamado de “suporte” passou a ser denominado “meio de comunicação”. A reprodutibilidade dos signos alarga seu público receptor e, conseqüentemente, seu poder comunicativo. Daí esses meios serem chamados de “meios de comunicação de massa”. Eles introduziram substanciais mudanças socioculturais, econômicas e políticas, mudanças que se acentuaram quando os meios mecânicos passaram a conviver com os meios de segunda geração, meios eletrônicos – rádio e televisão. Assim, a reprodução dos meios mecânicos viu-se suplantada pelo poder de difusão dos meios eletrônicos. (SANTAELLA, 2007, p. 192).

⁴ Disponível em <<https://canaltech.com.br/apps/atualizacao-no-whatsapp-aumenta-limite-de-participantes-de-grupos-para-256-57445/>>. Acesso em: 19 de jan 2021

A seguir apresentaremos de forma mais detalhada, o conceito de desinformação, *fake news* e pós verdade, onde explicitaremos que a pós-verdade se constitui como um elemento fulcral que caracteriza a crise da pós-modernidade; a desinformação atuando como uma espécie de antipolítica que sustenta a pós-verdade e a *fake news* um dos principais produtos que amparam a antipolítica de desinformação, sendo a articulação entre os três conceitos, um amplo espectro que configura a crise da pós-modernidade.

8 DESINFORMAÇÃO

Podemos compreender a desinformação como uma informação totalmente desconexa com a realidade, que possui aspectos de notícia verdadeira, mas que encerra como objetivo único a distorção de fatos verídicos. A desinformação é uma informação falsa, imprecisa, enganosa, que de maneira proposital é disseminada com o desígnio de produzir prejuízo a algo ou alguém.

A desinformação consiste em umas das técnicas mais manipulatórias de notícias que existem sendo que ela:

[...] consiste justamente em fazer passar por fatos reais e totalmente confiáveis aquilo que não passa de pura invenção, destinadas a ocultar as verdadeiras informações. A desinformação é um puro jogo baseado no verdadeiro e no falso, que mobiliza todos os recursos da mentira e da verdade. [...] (BRETON, 1999, p. 83).

O enquadramento dos fatos ultrapassa amplamente uma simples meta informativa; ele constitui as primícias da ação de convencer. O enquadramento manipulatório age onde isso seria impossível com o enquadramento inicial. A manipulação implica uma distorção dos fatos, sua reorganização, com o objetivo de obter, por exemplo, um consentimento que não fora conseguido de antemão, à custa de uma violentação da situação. O enquadramento manipulatório apresenta três grandes variações possíveis: transformar de uma forma ou de outra o verdadeiro em falso e reciprocamente; orientar os fatos de tal modo que a realidade seja deliberadamente deformada; mascarar uma parte dos fatos de tal maneira que se ocultem as consequências da aceitação de um enquadramento dado, de acordo com Breton (1999).

Nesse sentido, Pinheiro e Brito (2014) afirmam que tais manipulações geram gradações negativas e são constituídas de precisas ações de convencimento direcionadas aos receptores das respectivas informações.

A fórmula para criar uma notícia falsa se completa quando todos os ingredientes dos argumentos falaciosos se encontram presentes a partir de uma miscelânea de informações verdadeiras e falsas, umas servindo para validação das outras. As informações falsas se tornam mais confiáveis na medida em que o contexto da recepção se presta a isso, segundo Breton (1999).

Como dito anteriormente a desinformação é criada para manipulação da opinião pública, podendo prejudicar uma pessoa e/ou determinados grupo sociais, organizações ou países. O interessante é notar que tais informações são chanceladas através da utilização de alguns dados verdadeiros que atribuem a estas informações aspectos de veracidade e legitimidade.

Importante salientar que a desinformação não é algo recente, mas o que possuímos agora é a forma de disseminá-la, que é mais rápida e eficaz facilitada pela internet bem como as mídias digitais, sustentando a pós verdade.

9 PÓS VERDADE

O termo pós verdade foi eleito a palavra do ano de 2016 pelo dicionário Oxford⁵ tendo como significado: “Pós-verdade é um adjetivo definido como relacionado a ou denotando - circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal (tradução nossa)”.

Podemos afirmar que a expressão tem o sentido de superação da verdade. A pós verdade faz com que a verdade deixe de ser relevante para o receptor fazendo com que este atribua maior credibilidade a crenças e valores pessoais. A terminologia pós verdade faz com que a verdade deixe de ser relevante para o receptor fazendo com que este atribua maior credibilidade a crenças e valores pessoais, Araújo (2018). Há, portanto, a disseminação de informações errôneas, mas com outras características que se utilizam de expressões com apelos emocionais e crenças individuais, que têm o poder de fazer com que tais sentimentos prevaleçam sobre dados factíveis e científicos. Podemos desta forma afirmar que a expressão tem o sentido de superação da verdade. O prefixo “pós” significa que a verdade ficou para trás, ou seja, não interessa mais a sua busca. Assim, há a perda de nexos ou vínculo com o

⁵ Word of the Year 2016 After much discussion, debate, and research, the Oxford Dictionaries Word of the Year 2016 is... **post-truth**. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em: 18 de set. 2020.

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

factual, porém isso não quer dizer que pós-verdade é uma simples mentira, mas sim uma escolha individual dentre várias informações daquela que mais aprouver ao indivíduo, segundo seu universo.

A pós-verdade seria uma reação da população em relação à classe política, aos meios de comunicações oficiais e à própria ciência, em que se faz prevalecer a emoção, as crenças e as ideologias sobre os fatos objetivos (D'ANCONA, 2018).

Há também a questão ligada à ciência pois, estamos vivendo uma década de negacionismo e suspeição para com a ciência:

Por fim, há a negativa da própria ciência. Tem-se visto um movimento global, por exemplo, denominado “terraplanismo” contrariando todo o conhecimento acumulado ao longo dos séculos. É aterrorizante a guinada obscurantista que a humanidade, em pleno século XXI, vem tomando. (BARBOSA SOBRINHO; ANDRÉA; DE PAULA, 2019, p. 1).

Os indivíduos, receptores da informação, possuem condições tecnológicas, cognitivas e culturais para optar por saberem a verdade, mas preferem acreditar em informações que ativam suas crenças pessoais, mesmo que reconhecidamente tais informações possam não ser totalmente verdadeiras. Ou seja, a maioria das pessoas possui, atualmente, condições de checagens de notícias (verdadeiras ou falsas), mas podem simplesmente não as fazer. Dessa forma, o que se percebe com a pós-verdade é um movimento de recusa da verdade em prol de interesses, desejos e crenças pessoais e ainda:

A pós-verdade se situa no esteio da deturpação do senso comum entre o sentido e o significado da realidade como modo de produzir efeitos para elucidação dos fatos, sem uma conexão direta e sistemática com as causas, procedimentos e finalidades desses fatos com a proposta de confundir os sentidos e significados através da afetação dos sujeitos por meio de ações maniqueístas. (SILVA, 2018, p. 336).

Ou seja, a maioria das pessoas possui, atualmente, condições de checagens de notícias (verdadeiras ou falsas), mas simplesmente optam por não as fazerem. Por exemplo, caso uma pessoa não goste de determinado político e receba informações através de grupos de *WhatsApp*, *Facebook* ou outras mídias, de que este político possua um imóvel na Europa, ela tem a opção de checar se tal dado é falso ou verdadeiro, mas acaba não realizando tal checagem, por não simpatizar com o político, e simplesmente acredita e realiza a disseminação da informação para outros grupos. No próximo tópico conceituaremos as *fake news*, um dos principais produtos que amparam um amplo espectro que configura a crise da pós-modernidade.

10 FAKE NEWS

Fake News, ou em português, notícias falsas, são informações noticiosas que buscam alertar o público para alguma situação ou retratar um ponto de vista de um acontecimento específico. Entretanto, como se pode deduzir pelo nome, possui parte ou todo seu conteúdo composto de informações inverídicas (DE PAULA; DA SILVA; BLANCO, 2018). Dessa forma, *fake news* vem a ser informação falsa que induza ao erro, utilizada fora de contexto, a partir de construção de narrativa de informações alicerçadas sobre dados falsos.

A concepção de *fake news* como a conhecemos hoje surgiu e angariou grande popularidade a partir das eleições presidenciais norte americanas do ano de 2016. Durante as quais houve disputa acirrada entre os então candidatos Donald Trump e Hillary Clinton. Boatos foram espalhados contra e a favor dos candidatos através, principalmente, da utilização de redes sociais, tais como, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Snapchat* (DE PAULA; DA SILVA; BLANCO, 2018). Após estas eleições presidenciais as *fake news* motivaram diversos estudos e questionamentos a respeito da influência que tais notícias produziram no resultado das eleições estadunidenses (DELMAZO; VALENTE, 2018).

Outro fato marcante mundialmente conhecido foi a discussão sobre o *Brexit*, (termo abreviado de *Britain exit*), saída do Reino Unido da União Europeia, onde as *fake news* foram utilizadas em larga escala (ROSE, 2017).

Ainda, nessa perspectiva, no contexto brasileiro, podemos ressaltar a disputa eleitoral ocorrida no ano de 2018, entre o ultra-direitista Jair Messias Bolsonaro (atualmente sem partido) e o esquerdista Fernando Haddad (Partido dos Trabalhadores) (FIGUEIRA; SANTOS, 2019).

Em outros aspectos, as *fake news* são entendidas como a desinformação. Na visão de especialistas, esses impactos de desinformação, manipulação, *fake news* estão atingindo a política, a democracia, a gestão de informação, a formação dos usuários das bibliotecas, a formação da cidadania, a formação de investigadores, e poderão aumentar ainda mais as desigualdades sociais na América Latina e no Caribe (SUAIDEN, 2018).

As *fake news* são feitas de modo intencional, proposital e são causadoras e amparam a desinformação, “As *fakes news* passam a ser consideradas um fenômeno dos nossos tempos por serem definidas como notícias falsas, pensadas intencionalmente para causar desinformação e divulgadas de modo massivo na internet” (PITASSE, 2020, p. 1).

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

Por meio de aplicativos de mensagens instantâneas, também circulam imagens distorcidas da realidade, áudios e vídeos. No Brasil o mais popular é o *Whatsapp*⁶, - que surgiu em 2009, cuja empresa detentora desta marca é o *Facebook* ambas tendo como proprietário Marck Zuckerberg⁷, que também possui o *Instagram*; o *Snapchat*; o *Skype*, ou seja, um empresário que detém praticamente o monopólio mundial de mídias sociais - e nos apresenta uma enganosa noção de veracidade nas mensagens trocadas entre seus usuários pois, são enviadas através de contatos próximos, por exemplo um amigo íntimo (PITASSE, 2020).

Podemos ainda contextualizar a *fake news* como a disseminação massiva dolosa de informações falsas, por parte de determinados grupos políticos, econômicos e religiosos que são organizados profissionalmente (estruturas formais), financiados por uma ou mais pessoas, com a finalidade de atuar nas redes sociais e em outras plataformas para impulsionarem este tipo de informações, para atingir de forma fulcral outros grupos políticos, econômicos e religiosos.

11 ANALISANDO NOTÍCIA OU MENSAGEM RECEBIDAS

Devido à pandemia provocada pelo COVID-19, ao isolamento social e por motivos educacionais ou laborais, grande parte das pessoas estão trabalhando e/ou estudando em suas residências (*home office*), passando a maior parte do tempo conectada digitalmente, fator esse, preponderante à disseminação de notícias falsas, que como visto acima, são elaboradas de forma proposital.

Essas notícias são utilizadas estrategicamente para atingir as emoções dos usuários pois, os títulos dos sites ou notícias que circulam em aplicativos são sedutores, enganosos ou violentos, utilizando-se quase sempre de expressões que mexem com a emoção do usuário como por exemplo: "Vergonhoso", "Vocês ficarão chocados", "Péssima Notícia". O site ao divulgar o título de maior destaque da notícia, faz um apelo a emoção do indivíduo, muitas vezes negativas e após a divulgação, convida o usuário à participação: "Dê ampla divulgação", "Faça circular", porque as notícias, com manchetes apelativas garantem maior participação do usuário, por isso o sucesso das *fake news* (DA EMPOLI, 2019).

⁶ Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2020/12/21/noticias/whatsapp-e-o-app-mais-usado-por-brasileiros-veja-ranking/#:~:text=O%20WhatsApp%20%C3%A9%20o%20aplicativo,parceria%20com%20a%20Opinion%20Box.> Acesso em: 21 de dez 2020.

⁷ Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/qual-e-o-tamanho-do-imperio-de-mark-zuckerberg/>. Acesso em: 30 de mar. 2021.

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

O indivíduo terá que ser hábil para controlar os seus sentimentos diante de uma notícia apelativa, pois o advento das redes sociais, transformou a forma de comunicação no cotidiano. Antes, compartilhávamos notícias com a roda de amigos, hoje, com o expansionismo da internet e outros meios tecnológicos, essas informações rodam o mundo.

12 COMO NÃO CAIR EM NOTÍCIAS FALSAS

Vivemos em uma sociedade capitalista, informacional que cunhou a nomenclatura de sociedade do conhecimento:

Reconheço, e não poderia deixar de fazê-lo, que o capitalismo do final do século vinte e início do século vinte e um passa por mudanças e que podemos sim considerar que estejamos vivendo uma nova fase do capitalismo. Mas isso não significa que a essência da sociedade capitalista tenha se alterado, isso não significa que estejamos vivendo uma sociedade radicalmente nova, que pudesse ser chamada de sociedade do conhecimento. A assim chamada sociedade do conhecimento é uma ideologia produzida pelo capitalismo, é um fenômeno no campo da reprodução ideológica do capitalismo (DUARTE, 2001, p. 18-19).

Demonstrando-nos a falsa impressão que vivemos em uma sociedade democrática e libertadora pois, os indivíduos podem expressar para o mundo qualquer tipo de assunto, quando antes da revolução da internet; sem desconsiderar a imprensa e a televisão como propagadoras de informação mas, com um alcance menor; esse mesmo assunto era difundido apenas em conversa de boteco ou no churrasco com amigos e familiares.

Para que se transforme em conhecimento a informação recebida, o indivíduo necessita obrigatoriamente apropriar-se dela:

A construção de conhecimento exige do indivíduo algumas competências, como: saber pensar; saber observar; saber estabelecer relações; saber questionar; saber aproveitar o conhecimento acumulado através das experiências vivenciadas ao longo da vida; ter capacidade de apreender; ter consciência da própria ignorância. Além disso, precisa de condições cerebrais mínimas para exercitar as situações lógico-sistêmicas. A partir dessas competências o indivíduo tem condições de construir conhecimento, e a partir dessa construção, construir outro e mais outro... num movimento sem fim. (VALENTIM, 2003, p. 1).

O conhecimento recebe influências:

O conhecimento recebe também, uma influência direta da linguagem (aqui entendida de forma lato), isto é, para criar conhecimento é necessário reconhecer o significado (signo) e a representação (símbolo) das coisas. A

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

criação de conhecimento precisa necessariamente utilizar a linguagem, pois de outro modo ela se perderá na mente humana. (VALENTIM, 2003, p. 1).

Na concepção da autora supracitada, a linguagem é um aspecto fundamental para a construção do conhecimento, além disso, é preciso reconhecer que a ideia de significado e símbolo são elementos que constituem essa formação intelectual na mente do indivíduo, onde ao apropriar-se da informação ele posteriormente irá produzir e socializar o conhecimento com a sua comunidade. Vale ressaltar que essa noção de aquisição do conhecimento valida-se a partir do aspecto cognitivo do indivíduo.

O conhecimento é um processo, em que só nos apropriamos da informação e executamos diversas competências e, concomitantemente necessitamos de todas elas para que o conhecimento seja gerado, alterado e transformado, caso contrário, se o indivíduo não compreender e não se apropriar da informação essa não é considerada informação “A essência do conhecimento está estreitamente ligada ao conceito de verdade. Só o conhecimento verdadeiro é conhecimento efetivo. “Conhecimento não-verdadeiro” não é propriamente conhecimento, mas erro e engano.” (HESSEN, 2000, p.23).

Mas será que basta apenas o conhecimento apresentar-se como verdadeiro? Para responder a esse questionamento, o mesmo autor, salienta que “[...] não basta, porém, que um conhecimento seja verdadeiro. Devemos chegar também à certeza de que ele é verdadeiro.” (HESSEN, 2000, p. 23).

O conhecimento, como verificamos, é parte de um processo complexo em sua natureza, muitas vezes possuímos uma noção equivocada de que a informação pela informação é conhecimento. Ao não compreendermos a informação conseqüentemente não conseguiremos explicá-la e caso simplesmente a replicarmos sem entendê-la, estaremos gerando desinformação, pós-verdade e *fake*, tópicos que foram expostos anteriormente.

Diante de inúmeras informações disponibilizadas aos indivíduos cotidianamente, a palavra que surge como norte ante a disseminação de informações falsas é a criticidade, ou seja, habilidade para ser crítico em relação às mensagens, anúncios e informações recebidas. Sendo que, a identificação de notícias falsas perpassa pelos seguintes elementos de avaliação:

- a) Leitura das notícias em sua totalidade;
- b) Averiguações de informações demasiadamente alarmistas e contextualmente vagas (sejam veiculadas em sites, aplicativos, ou em redes sociais);
- c) Verificação dos disseminadores das informações, sejam eles, pessoas físicas ou jurídicas (observando que o disseminador de notícias falsas pode ser alguém próximo ao receptor);

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

- d) As fontes das notícias devem ser invariavelmente consultadas pelo receptor das informações.

A checagem do conteúdo das informações recebidas é de vital importância para evitar a propagação de desinformação, *fake news* e pós verdade. Esta checagem deve ser realizada com qualquer informação recebida e principalmente de quem você a recebeu pois, não é porque é um parente consanguíneo seu ou amigo íntimo que está lhe enviando a mensagem estará encaminhando notícias verdadeiras; se ao recebermos, não checarmos e retransmitirmos a notícia, estaremos também auxiliando na propagação de desinformação, *fake news* e pós verdade.

Abaixo listamos alguns sites que disponibilizam o serviço de checagem:

- a) <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>
- b) g1.globo.com/fato-ou-fake
- c) projetocomprova.com.br
- d) apublica.org
- e) aosfatos.org
- f) nilc-fakenews.herokuapp.com
- g) www.boatos.org
- h) www.e-farsas.com
- i) ww7.fact-check.org

13 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto neste trabalho, foi possível realizar um levantamento bibliográfico acerca dos conceitos de Desinformação, *Fake News* e Pós-Verdade no contexto geral e da Ciência da Informação.

Ao recebermos uma informação, no primeiro momento, é importante que o leitor tenha um posicionamento crítico e atento sobre aquilo que foi disseminado, seja essa informação registrada em um suporte físico, híbrido ou digital. Caso persista a dúvida sobre o que foi veiculado pelos meios de comunicação, internet, redes sociais, o leitor pode fazer uso das agências de checagens ou as *fact-checking*, como a Lupa, Fato ou *Fake*, *Fact-Check.org*, Aos Fatos, Comprova, E-Farsas, Painel do CNJ, Boatos.org, entre outras ferramentas que possibilitam a verificação de informações falsas ou verdadeiras, isso causa uma confiança maior para os usuários, sejam eles especializados ou não em um determinado assunto.

Embora as tecnologias e as plataformas virtuais possam contribuir na disseminação e na apropriação da informação, devemos lembrar que as palavras do interlocutor são delimitadas pelo contexto histórico, político, cultural e social ao qual ele pertence. Os discursos modificam-se de acordo com a época e com o povo que são apresentados, pois são

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

fruto de uma sociedade específica e de um tempo específico, possuindo viés político, ideológico, econômico, sociais e cultural.

O direito à informação, é direito fundamental humano e legitimador do Estado Democrático de Direito. A busca pela informação de qualidade e o combate à pós verdade, desinformação e *fake news* são elementos consubstanciadores da democracia e deve ser estimulada na generalidade de nossas instâncias políticas, sociais e econômicas enquanto garantia democrática.

Vale ressaltar que nem só os equipamentos e meios físicos contribuirão no acesso à informação e conhecimento, mas é necessário que esse processo seja permeado pelo capital humano, por um sujeito mediador que realize a mediação entre o indivíduo e a informação, essas atividades são realizadas por intermédio do profissional da informação, isto é, arquivistas, bibliotecários e museólogos, entre outros.

Na atual conjuntura, estamos vivenciados uma pandemia global (Covid-19), onde a desinformação e as *fake news* têm sido utilizadas para disseminar informações falsas e verdadeiras, sobretudo no que tange a vacinação e a indicação e prescrição de medicamentos em que muitas vezes não apresentam comprovação científica para o uso da população. Logo, é preciso estar atento ao que pode ser considerado informação em potencial, baseado em verdade, ciência, entre outros fatores que corroboram a sua veracidade, ou, o leitor pode se contentar com informações falsas e contribuir na reprodução desses conteúdos informacionais para diversas finalidades e que poderão causar consequências irreversíveis.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C. A. Á. **O que é Ciência da Informação**. Belo Horizonte: KMA, 2018.

BARBOSA SOBRINHO, O. S., ANDRÉA, G. F. M.; DE PAULA, G. P. F. **Pós-verdade**: “A verdade ficou pra trás, não interessa mais sua busca”. 07 de agosto de 2019; Disponível em: <http://www.justificando.com/2019/08/07/pos-verdade-a-verdade-ficou-para-tras-nao-interessa-mais-a-sua-busca/>; Acesso em: 05 maio 2020.

BRETON, P. **Manipulação da palavra**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2006.

D’ANCONA, M. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de *Fake News*. Barueri: Faro Editorial, 2018.

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

DA EMPOLI, G. **Os engenheiros do Caos**. Como as *fake news*, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. São Paulo: Vestígio, 2019.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. L. *Fake news* nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, Lisboa, v. 18, n. 32, p. 155-169, abr. 2018. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 09 ago. 2020.

DUARTE, N. As pedagogias do "aprender a aprender" e algumas ilusões da assim chamada sociedade do conhecimento. **Rev. Bras. Educ. [online]**. 2001, n.18, p. 38-39

FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. (ed.). **As fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade**: Manipulação, Polarização, Filter Bubbles. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra/Coimbra University Press, 2019.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 2020.

GIL, A. C. *et al.* **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GRESSLER, L. A. **Introdução à pesquisa**. Edições Loyola, 2007.

HANCOCK, J. R. Dicionário Oxford dedica sua palavra do ano, 'pós-verdade', a Trump e Brexit. **El País**, v. 17, 2016.

HESSEN, J. **Teoria do Conhecimento**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2000.

LEFEVRE, F. A. M. C, LEFEVRE. **Pesquisa de representação social**: um enfoque qualiquantitativo: a metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo. 2. ed. Brasília: Liber Livro, 2012. 224 p. (Série Pesquisa; 20).

MACEDO, N. D. **Iniciação à pesquisa bibliográfica**: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa. São Paulo: Edições Loyola, 1995.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2001.

PAULA, L. T.; SILVA, T. R. S.; BLANCO, Y. A. Pós-verdade e Fontes de Informação: um estudo sobre *fake news*. **Revista Conhecimento em Ação**, v. 3, n. 1, p. 93-110, 2018.

PINHEIRO, M. M. K.; BRITO, V. P. Em busca do significado da desinformação. **DataGramZero**, v. 15, n. 6, dez. 2014. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/download/45886>. Acesso em: 25 jun. 2020.

PITASSE, M. **As fake news e a disputa política por desinformação**. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/07/20/artigo-as-fake-news-e-a-disputa-politica-por-desinformacao>. Acesso em: 30 set. 2020.

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

ROSE, J. Brexit, Trump, and Post-Truth Politics. **Public Integrity**, v. 19, n. 6, p. 555-558. Acesso em: 26 set. 2020.

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SILVA, J. L. C. Pós-verdade e informação: múltiplas concepções e configurações.
In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018, Londrina.
Anais [...] Londrina: UEL/ANCIB, 2019. Disponível em:
<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/103784>. Acesso em: 20 abr. 2021

SOUZA, E. G. Sociedade da informação e reestruturação produtiva: crítica à dimensão utilitarista do conhecimento. **Transinformação**, v. 23, n. 3, p. 219-226, 2011.

SUAIDEN, E. J. O papel da biblioteca pública na reconstrução da verdade. **Ciência da Informação**, v. 47, n. 2, 2018.

VALENTIM, M. L. P. **A construção de conhecimento em organizações**. Londrina: Infohome, 2003. Disponível em: http://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=75. Acesso em: 20 set. 2020.