

Evento: XXVIII Seminário de Iniciação Científica

ODS: 16 - Paz, justiça e instituições eficazes

## **FAKE NEWS E OS FATORES QUE CARACTERIZAM SUA DISSEMINAÇÃO<sup>1</sup>**

### **FAKE NEWS AND THE FACTORS THAT CHARACTERIZE YOUR DISSEMINATION**

**Ariane Wendland de Souza<sup>2</sup>, Véra Lucia Spacil Raddatz<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Projeto de pesquisa realizado no curso de Jornalismo da Unijuí

<sup>2</sup> Acadêmica do curso de Jornalismo da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí)

<sup>3</sup> Professora Orientadora do curso de Jornalismo da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul

### **Introdução**

Este estudo visa investigar os fatores característicos que tornam as fake news estimulantes o suficiente para despertar o interesse de internautas no mundo todo e as particularidades dos usuários com maior probabilidade de compartilhá-las, procurando responder à pergunta: por que as pessoas compartilham fake news?

Desde as eleições presidenciais nos Estados Unidos em 2016, que elegeram Donald Trump como presidente, o termo fake news se espalhou e popularizou mundialmente. Nos últimos anos a propagação de notícias falsas ou que distorcem a realidade cresceu consideravelmente devido à popularização das redes sociais. Segundo Paula e Júnior (2019) “Até recentemente saudado como uma evidência da democratização da comunicação, esse fenômeno é agora apresentado, por alguns setores, como uma ameaça à democracia”.

As fake news constituem um desafio para a sociedade. Criadas e divulgadas com o intuito de enganar e atingir a opinião pública, geralmente destacam-se difamando pessoas ou instituições. As notícias falsas comprometem o trabalho de jornalistas que são desacreditados no exercício de sua profissão e dos agentes de justiça que tem de combater o fenômeno mesmo sem leis específicas para tal. Capazes de influenciar e, até mesmo alterar, o resultado de decisões sociais importantes, como eleições presidenciais, as fake news se caracterizam ainda como uma ameaça à democracia.

### **Metodologia**

Tomando como ponto de partida o objetivo desta pesquisa - investigar os fatores que favorecem o aumento da disseminação de fake news e as características dos usuários com maior probabilidade de compartilhá-las - adota-se o método de abordagem qualitativa de caráter exploratório por meio de pesquisa bibliográfica.

**Evento:** XXVIII Seminário de Iniciação Científica

**ODS:** 16 - Paz, justiça e instituições eficazes

Opta-se pela investigação exploratória por ela ser “realizada em áreas na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado” (VERGARA, 2009, p. 42), uma vez que se encontra poucos resultados na busca por estudos sobre fake news. No que diz respeito aos meios de investigação, ficou definida a pesquisa bibliográfica, valendo-se principalmente de artigos e estudos em língua inglesa devido ao número escasso de resultados em português.

## Discussão

Para investigar os fatores que caracterizam a disseminação de fake news é importante definir seu conceito. Shudson et al. (2017) apresentam duas características para este tipo de informação: a falta de autenticidade e seu propósito de enganar, explicitando que a fake news trata-se especificamente de uma informação falsa, divulgada intencionalmente, para atingir interesses de indivíduos ou grupos.

Um estudo publicado pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts aponta que notícias falsas são disseminadas 70% mais rápido do que notícias reais (VOSOUGHI, et al.). Tal informação abre espaço para a pergunta: por que as pessoas compartilham fake news? Sendo este o principal questionamento deste estudo, discute-se alguns fatores que contribuem para a propagação de notícias falsas, como a linguagem, sentimentos e emoções e dificuldade de questionamento do usuário.

Diferente da linguagem jornalística, que possui como principais características, segundo Sousa (2004), a objetividade e a imparcialidade, as fake news possuem linguagem apelativa e emocional utilizada em manchetes e textos com a finalidade de chamar a atenção do leitor (TORABI & TABOADA). Tal fator pode ser observado em conjunto à baixa taxa de leitura de notícias completas entre os usuários (GABIELKOV). Em estudo desenvolvido pela Universidade da Columbia, pesquisadores descobriram que 60% dos usuários nas mídias sociais compartilham publicações sem ler o conteúdo da manchete.

Outro fator que atua como impulsionador de fake news relaciona-se diretamente com a área da psicologia. "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 [...] Isso impulsiona a pessoa a transmitir compulsivamente a mesma informação para que seu círculo de amigos sintam o mesmo", explica o psiquiatra Claudio Martins.

A dificuldade em combater fake news também tem chamado atenção de estudiosos ao redor do mundo. Em um experimento realizado na Bélgica, os pesquisadores Jonas De keersmaecker e Arne Roets (2017), descobriram que, mesmo recebendo a informação de que haviam lido uma notícia

**Evento:** XXVIII Seminário de Iniciação Científica

**ODS:** 16 - Paz, justiça e instituições eficazes

falsa, as pessoas continuam acreditando na primeira afirmação e realizando seus julgamentos a partir dela. Tal estudo ressalta que não é possível combater fake news apenas corrigindo a informação, o trabalho a ser desenvolvido é muito maior.

## Considerações finais

O compartilhamento das fake news na internet cresce como um fenômeno mundial, deixando em alerta as autoridades policiais e judiciárias e, principalmente, os jornalistas. Apesar de não haver leis específicas para a criminalização, o compartilhamento de notícias falsas pode se enquadrar em crime de injúria, calúnia ou difamação e é, por enquanto, a única maneira de punir judicialmente quem compartilha fake news.

Profissionais da área da comunicação vêm combatendo a divulgação de fake news a partir de projetos e agências de fact checking, realizando o trabalho manual de conferir cada uma das notícias falsas que chegam ao seu conhecimento. O número de serviço de checagem de fatos aumentou significativamente no Brasil nos últimos anos, seguindo o avanço das fake news e representa um trabalho importante, mas que só apresentará efetividade quando o público buscar comprovar a veracidade das notícias compartilhadas nas redes sociais.

A partir da análise dos fatores que caracterizam o compartilhamento de fake news e as características dos usuários que realizam a divulgação, percebe-se que as medidas adotadas para as eliminar não surtem o efeito desejado. E, mesmo comprovando a falsidade das notícias, as pessoas tendem a acreditar no que lhes agrada. É necessário reconhecer que a educação para as mídias sociais é a maneira mais efetiva de combater as fake news, devendo alcançar toda a sociedade. A inclusão das novas gerações neste trabalho de ensino é fundamental para a ética nas mídias sociais, sendo capaz de, aos poucos, transformar a sociedade e superar este desafio.

## Referências

FARKAS, Johan., & SCHOU, Jannick. **Post-truth, fake news and democracy**. Mapping the politics of falsehood. Routledge. Routledge, 2019.

GABIELKOV, Maksym, et al. **Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?** ACM SIGMETRICS, 2016, Antibes Juan-les-Pins, France.

Evento: XXVIII Seminário de Iniciação Científica

ODS: 16 - Paz, justiça e instituições eficazes

KEERSMAECKER, Jonas De and ROETS, Arne. **'Fake news': Incorrect, but hard to correct.** The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions. *Intelligence*, Volume 65, 2017.

MARTINS, Cláudio. **'É como usar drogas': por que as pessoas acreditam e compartilham notícias falsas?** [Entrevista concedida a] Felipe Souza. *BBC News Brasil*, São Paulo, 2018. Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45767478> > Acesso em: 29 de abril de 2020.

PAULA, Carolina de e JÚNIOR, João Feres. **Eleições 2018 e a Crise da Democracia Brasileira.** Curitiba, Appris, 2019.

SCHUDSON, Michael. **The Sociology of News.** New York: W.W. Norton & Company, Inc, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. **Introdução à análise do discurso jornalístico impresso.** Um guia para estudantes de graduação. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo, Atlas, 1998.

VOSOUGHI, Soroush, ROY, Deb and ARAL, Sinan. **The spread of true and false news online.** *Science*, 2018.

TORABI, Fatemeh and TABOADA, Maite. **Big data and quality data for fake news and misinformation detection,** *Big Data & Society*, vol. 6, no. 1, 2019.

Parecer CEUA: 2208566