



O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA PROPAGAÇÃO DAS *FAKE NEWS* NO BRASIL

Amanda Silva¹, Laura Chaves², Mariana Paz³ e Otávio Paiva⁴

¹UFMG/Departamento de Engenharia Mecânica/Escola de Engenharia, amandapereira@ufmg.br

²UFMG/FACE/Administração, lauramaac@ufmg.br

³UFMG/Departamento de Engenharia de Minas/Escola de Engenharia, marianaksp@ufmg.br

⁴UFMG/Departamento de Engenharia Mecânica/Escola de Engenharia, otavioap@ufmg.br

Resumo: Desde a popularização da internet a humanidade vem se transformando em todos os sentidos. Com essas ferramentas é possível compartilhar informações quase instantâneas. A propagação das *fake news* por meio das redes sociais tem sido uma preocupação, especialmente, no Brasil. Neste trabalho, pretende-se compreender como as redes sociais atuam na propagação das *fake news* no Brasil. Propõe-se uma pesquisa qualitativa com análise de conteúdo de artigos que tratam das redes sociais na propagação de *fake news*.

Palavras-chave: *fake news*; redes sociais; algoritmos; impactos sociais.

1. Introdução

Desde o surgimento e popularização da internet a humanidade vem se transformando em todos os sentidos possíveis (CARDOSO, 2021). A tecnologia proporcionou mudanças na forma de se comunicar, oferecendo maior acesso às informações à população. Todavia, com a expansão das mídias sociais, os cidadãos tornaram-se *prosumers*, isto é, ao mesmo tempo, consumidores e produtores de conteúdos on-line (SOUSA JÚNIOR; PETROLL; ROCHA, 2019). No Brasil, entre as principais redes sociais utilizadas podemos citar WhatsApp, YouTube, Twitter, Facebook e Instagram. Por meio dessas ferramentas, é possível que usuários compartilhem informações em velocidades quase instantâneas, criando um ambiente propício para a disseminação de informações falsas.

A propagação das *fake news* por meio das redes sociais tem sido uma questão de grande preocupação no mundo e, especialmente, no Brasil. Essa disseminação de informações falsas tem inúmeras consequências. Neste trabalho pretende-se

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.16	n.2	2023.2	e-ISSN: 2317-0220
-------------------------------	----------------	------	-----	--------	-------------------

Realização:

Apoio:

Produção:





compreender como as redes sociais atuam como veículos de propagação das *fake news* no Brasil. Para esse problema de pesquisa, adotaremos como objetivos específicos: apresentar os conceitos atuais de *fake news*; descrever as principais redes sociais utilizadas para propagação das *fake news*; e, analisar as consequências da propagação das *fake news* através das redes sociais.

2. Dos Fatos

As redes sociais têm desempenhado um papel crucial na criação e propagação das notícias falsas (PINHEIRO, 2021). Para Andrade e Cavalcanti (2022), a cibercultura muda os meios de comunicação, promovendo o compartilhamento amplo das informações, gerando situações em que o emissor frequentemente permanece anônimo e a distância entre o receptor e emissor é difícil de se conhecer.

As *fake news* não são um fenômeno novo. Allcott e Gentzkow (2017) definem o termo como informações com características de notícias falsas, que possuem a intenção de enganar as pessoas. São notícias antecipadamente pensadas para o deslocamento da verdade. Brisola e Bezerra (2018) enfatizam que a principal motivação para que as *fake news* consigam se propagar de forma tão rápida é o fato de os usuários serem atropelados pela quantidade de informações que recebem a todo momento.

A propagação das *fake news* através das redes sociais tem implicações tanto nas esferas sociais, quanto políticas. Em termos sociais, a disseminação das *fake news* vem minando a confiança nas informações, levando a uma incerteza na sociedade. As pessoas muitas vezes têm dificuldade em discernir entre notícias verdadeiras e falsas. Como vimos na pandemia de Covid-19, as *fake news* geraram sérias implicações, como a disseminação de informações falsas sobre doenças, tratamentos médicos e vacinas. Em termos políticos, essas notícias podem ser usadas para manipular eleições, além de prejudicar a confiança nas instituições democráticas.

3. Metodologia

Para esse estudo propõe-se uma pesquisa qualitativa que consistirá na análise de conteúdo de artigos sobre a influência das redes sociais na propagação de *fake news* no Brasil. Para isso, propõe-se avaliar as características que influenciam na qualidade dos artigos, como: a pertinência do assunto, as teorias e conceitos base, a metodologia adotada, a coleta e análise dos dados e a profundidade dos resultados obtidos (Hopen, 1998). Por fim, abaixo apresenta-se os artigos que foram analisados.

- **Análise de fake news veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil**, Barcelos TN, Muniz LN, Dantas DM, Cotrim Junior DF, Cavalcante JR, Faerstein E. (2021);
- **Fake news, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil**, Igor Sacramento e Raquel Paiva (2020);
- **A proliferação das fake news nas eleições brasileiras de 2018**, Fábio Jardelino, Davi Barboza Cavalcanti e Bianca Persici Toniolo (2020).

4. Análise e Interpretação dos Dados

4.1 Artigo: Análise de *fake news* veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil

No dia 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o surto do novo coronavírus. Como a doença era desconhecida pela população, pesquisar na internet foi uma ação comum para acessar as novas informações. A metodologia do artigo consistiu em selecionar as *fake news* encontradas nos sites do G1 e do Ministério da Saúde de 1º de janeiro a 30 de junho de 2020 e averiguar se a divulgação dessas notícias causou aumento de buscas dos termos relacionados no site do Google. Essa metodologia permite avaliar o impacto das *fake news* nas buscas, apesar de não abordar o número de pessoas que não pesquisaram sobre o assunto ou utilizaram outra plataforma de pesquisa e outros sites divulgadores de notícias falsas.

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.16	n.2	2023.2	e-ISSN: 2317-0220
-------------------------------	----------------	------	-----	--------	-------------------

Realização:

Apoio:

Produção:





Nos resultados obtidos pelo artigo, foi possível perceber que a data de lançamento de um registro de *fake news* nos sites escolhidos está relacionado com o aumento de buscas no Google, mostrando que realmente existe um impacto da divulgação dessas notícias no comportamento da população. Ademais, notou-se que o WhatsApp e o Facebook foram as duas redes sociais mais utilizadas para difusão das informações falsas sobre a pandemia.

4.2 Artigo: *Fake news*, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil

De acordo com o estudo, o WhatsApp tem sido central no consumo de informações on-line, ficando em segundo lugar no uso das redes sociais e na troca de mensagens, atrás apenas do Facebook. De acordo com a OMS, no *13th General Programme of Work*, a hesitação à vacinação foi classificada como décimo maior desafio entre 2019 e 2023.

Nesse artigo foram realizadas entrevistas com usuários do Sistema Único de Saúde (SUS) que buscaram informações sobre a vacinação contra a febre amarela em postos de saúde e hospitais públicos na cidade do Rio de Janeiro. Além disso, foram feitas observações participantes em grupos de WhatsApp e em comunidades religiosas que discutiam sobre vacinação e entrevistas com usuários que se informam sobre o assunto por meio do aplicativo. Os pesquisadores observaram que muitos usuários do SUS usam o WhatsApp para buscar informações sobre vacinação e compartilhar dúvidas e experiências. Em um dos grupos observados, por exemplo, foram identificadas mais de 200 mensagens trocadas em um período de 24 horas.

4.3 Artigo: A proliferação das *fake news* nas eleições brasileiras de 2018

O objetivo desse artigo foi analisar o impacto das *fake news* nas eleições brasileiras de 2018 e discutir o papel das novas mídias na democracia moderna. Para o autor, o investimento de Jair Bolsonaro em mídias digitais foi de extrema importância para sua eleição. O estudo apresenta uma análise empírica das *fake news* que circularam durante as eleições, a partir da seleção de três *fake news* que beneficiaram



Bolsonaro durante esse período. Dentre as *fake news* analisadas, podemos citar o "Kit Gay", que atribuía ao candidato Fernando Haddad (PT) a criação de um material escolar com conteúdo homossexual para crianças, e a "Mamadeira de Piroca", que afirmava que o PT distribuía mamadeiras com formato fálico para crianças em escolas públicas. Outras *fake news* incluíam acusações de fraude nas urnas eletrônicas e alegações de que o candidato Jair Bolsonaro seria um defensor da ditadura militar. As três *fake news* selecionadas foram responsáveis por grande parte do engajamento nas redes sociais e tiveram um impacto significativo na opinião pública. O estudo também destaca que as *fake news* foram disseminadas, principalmente, por meio do WhatsApp.

5. Conclusão

Mediante esse estudo fica claro como o avanço tecnológico proporcionou transformações excepcionais no acesso às informações. Entretanto, é válido ressaltar que a expansão das mídias sociais corrobora no compartilhamento de *fake news*. Nessa conjuntura, através da análise dos artigos, foi possível compreender a influência das redes sociais na propagação de *fake news* no Brasil. Verificou-se, também, o papel do WhatsApp como canal central no compartilhamento de notícias enganosas, bem como Facebook e Twitter.

Para combater as consequências das *fake news*, são necessários esforços coletivos. Isso inclui educação pública, como, segundo Pinheiro (2021), a escola pode ser o lugar de desconstrução de ideias que circulam nas redes sociais da maioria dos jovens, tornando-se, assim, um espaço de formação de cidadãos críticos. Destarte, é indispensável a implementação de medidas regulatórias e tecnológicas, já que a velocidade de compartilhamento de informações é mais rápida do que o tempo de checagem da credibilidade dos dados fornecidos.

Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211-236. 2017. Disponível em:

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.16	n.2	2023.2	e-ISSN: 2317-0220
Realização:	Apoio:	Produção:			



Universidade Federal de Minas Gerais
UEADSL 2023.2 - Liberdade e Cidadania

Universidade, EaD e Software Livre

<https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 23 set. 2023

BARCELOS, T.N.; MUNIZ, L.N.; DANTAS, D.M.; COTRIM JUNIOR, D.F.; CAVALCANTE, Jr; FAERSTEIN, E. Análise de fake news veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil. **Rev Panam Salud Publica**. 2021;45:e65. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.65>

BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. Desinformação e Circulação de “Fake News”: distinções, diagnóstico e reação. In: XIX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB, Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2018. Anais [...], Londrina, 2018.

CARDOSO, D. V.. O IMPACTO DAS “FAKE NEWS” NA EDUCAÇÃO DOS JOVENS DO BRASIL. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 7, n. 6, p. 614–625, 2021. DOI: 10.51891/rease.v7i6.1417. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/1417>. Acesso em: 23 set. 2023.

JARDELINO, Fábio; CAVALCANTI, Davi Barboza; TONIOLO, Bianca Persici. A proliferação das fake news nas eleições brasileiras de 2018. **Comunicação Pública**, v. 15, n. 28, 2020. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/7438>. Acesso em: 15 out. 2023.

PINHEIRO, P. Fake news em jogo: uma discussão epistemológica sobre o processo de produção e disseminação de (in)verdades em redes sociais. **DELTA: Documentação De Estudos Em Lingüística Teórica E Aplicada**, 37(4), 202156104, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-460X202156104>. Acesso em: 15 out. 2023.

SACRAMENTO, I.; PAIVA, R. Fake news, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil. **MATRIZES**, [S. l.], v. 14, n. 1, p. 79-106, 2020. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v14i1p79-106. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizas/article/view/160081>. Acesso em: 22 out. 2023.

SOUSA JÚNIOR, J. H. de; RAASCH, M.; SOARES, J. C.; RIBEIRO, L. V. H. A. de S. Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. **Cadernos de Prospecção**, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 331, 2020. DOI: 10.9771/cp.v13i2.35978. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/35978>. Acesso em: 13 out. 2023.



Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da Licença Creative Commons Atribuição Não Comercial-Compartilha Igual (CC BY-NC- 4.0), que permite uso, distribuição e reprodução para fins não comerciais, com a citação dos autores e da fonte original e sob a mesma licença.

Grupo de Pesquisa *Texto Livre* | Belo Horizonte | v.16 | n.2 | 2023.2 | e-ISSN: 2317-0220

Realização:

Apoio:

Produção:

