



ANÁLISE DOS IMPACTOS DAS *FAKE NEWS* EM DIFERENTES GRUPOS ETÁRIOS

Deborah Alves Correia Rodrigues

Prof. Dr. Phelipe Sena Oliveira

RESUMO

A maneira como as pessoas lidam com as *fake news* varia de acordo com fatores pessoais? Para responder essa pergunta, esta pesquisa buscou analisar quais os efeitos das informações falsas em diferentes grupos etários. *Fake news* no cenário político. Como o excesso de informação e desinformação afeta nossa sociedade? O que está por trás do fenômeno da desordem informacional? De natureza básica, utilizando abordagem qualitativa, o presente estudo discorre sobre os perigos da desinformação, os impactos das redes sociais e o quanto os algoritmos podem influenciar nossas opiniões. Analisando dados a partir de um questionário semi estruturado, a pesquisa avaliou respostas de pessoas com idade entre 18 e mais de 60 anos e os resultados indicaram que grau de escolaridade não é fator impeditivo para acreditar em *fake news*. Além disso, apesar dos mais velhos compartilharem mais informações sem checar sua autenticidade, eles também demonstraram um perfil mais ativo no combate à propagação de informações falsas. Concluiu-se, portanto, que qualquer pessoa pode se tornar vítima da desinformação, e que é necessário mais do que ferramentas de checagem para combater esse mal.

PALAVRAS-CHAVE: *Fake news*. Desinformação. Infodemia.

ABSTRACT

Does the way people deal with fake news vary according to personal factors? To answer this question, this research sought to analyze the effects of false information on different age groups. Fake news in the political scene. How does the excess of information and misinformation affect our society? What is behind the phenomenon of informational clutter? Of a basic nature, using a qualitative approach, this study discusses the dangers of disinformation, the impacts of social networks and how algorithms can influence our opinions. Analyzing data from a semi-structured questionnaire, the survey evaluated responses from people aged between 18 and over 60 years and the results indicated that the level of education is not an impediment to believing in fake news. In addition, although older people shared more information without checking its authenticity, they also showed a more active profile in combating the spread of false information. It was concluded, therefore, that anyone can become a victim of disinformation, and that more than verification tools are needed to combat this evil.

KEYWORDS: Fake news. Disinformation. Infodemic.

1. INTRODUÇÃO

Eventos históricos costumam deixar marcas que perduram por diversos anos e afetam os costumes da sociedade. Como exemplo disso, podemos citar as revoluções industriais e grandes guerras, responsáveis pelo surgimento de tecnologias revolucionárias presentes até hoje em nosso cotidiano. O conceito de comunicação foi diretamente influenciado pelos avanços tecnológicos sofridos ao longo das últimas décadas. Meios de comunicação tradicionais deram lugar a formatos mais modernos, facilitando o ato de estabelecer contato entre as pessoas (OKADA e DELBIANCO, 2018).

O surgimento da Internet proporcionou, dentre tantas experiências marcantes, que pessoas possam estabelecer contato em tempo real mesmo estando em locais distantes. Da



mesma forma, permite que informações circulem tão rapidamente que eventos ocorridos há milhares de quilômetros sejam acessados no mesmo instante em qualquer lugar do mundo. A capacidade de espalhar informações pode ser extremamente útil, mas levanta preocupações quando consideramos tais informações sendo espalhadas sem que haja supervisão dos conteúdos.

Atualmente, essa prática é muito comum nas redes sociais, que representam um dos meios de comunicação mais utilizados entre as pessoas. São espaços que proporcionam uma troca de informações, estabelecem conexões entre os usuários e despertam o desejo de estar sempre conectados garantindo que não percam nenhuma informação (DELBIANCO E VALENTIM, 2022; MOREIRA, 2017). Essa necessidade por informação acaba sendo maior que o cuidado quanto à checagem da veracidade dos conteúdos consumidos, o que gera preocupação considerando o volume de informações, reais ou não, circulando através das redes.

Essa sobrecarga de informações e desinformações gerou o fenômeno da desordem informacional, associadas ao bombardeio das *fake news* (em tradução livre “notícias falsas”). Há discordância entre alguns autores quanto ao uso do termo. Esse ponto será melhor discutido na próxima seção. Alguns associam seu uso a questões políticas, uma vez que o termo ganhou ainda mais popularidade a partir das eleições americanas de 2016, quando a utilização de *fake news* foi associada à vitória do candidato Donald Trump, que disseminou várias informações não fundamentadas com intuito apenas de fortalecer a imagem da sua campanha e atingir seus oponentes (GOMES, 2018).

Trazendo a questão das *fake news* para o Brasil, o termo se tornou preocupação nacional durante as eleições de 2018 quando uma enxurrada de informações falsas, atacando os candidatos e distorcendo opiniões públicas, passou a circular pelas redes sociais. As *fake news* estiveram muito presentes no período eleitoral citado, aparecendo como pauta em debates políticos e sendo utilizadas para manipular opiniões com o uso de imagens e áudios tendenciosos (GOMES, 2018).

Circulando através das redes sociais, as *fake news* podem alcançar pessoas de diferentes grupos sociais, com diferentes níveis de escolaridade e de faixas etárias distintas. Buscando compreender se haveria diferença no comportamento destas pessoas, surgiu a questão investigativa desta pesquisa: “De que forma as *fake news* atingem pessoas de diferentes grupos etários e como estes se comportam ao lidar com informações falsas em seu cotidiano?”. E, a partir disso, têm-se como objetivos específicos: i. Verificar a incidência de compartilhamento



de informações através das redes sociais; ii. Identificar quais plataformas os participantes mais utilizam no cotidiano; iii. Compreender se há relação entre grau de escolaridade e nível de confiança nessas plataformas; iv. Checar quais participantes costumam confirmar a fonte das informações antes de compartilhá-las; v. Analisar a capacidade de influência das *fake news* na opinião das pessoas; e vi. Diferenciar os comportamentos dos grupos etários ao lidar com informações falsas.

A próxima seção apresentará alguns trabalhos realizados dentro do mesmo tema, bem como conceitos relevantes para maior aprofundamento desta pesquisa embasados por teóricos da área.

2. ESTADO DA ARTE E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Buscando garantir uma melhor execução deste estudo, foi realizado um levantamento de trabalhos similares já existentes no Brasil e no mundo envolvendo o tema proposto. Com isso, foi possível analisar os diferentes métodos aplicados, bem como os resultados alcançados, a fim de esclarecer quais pontos seriam pertinentes abordar nesta pesquisa. Serão expostos na próxima seção alguns dos trabalhos mais relevantes sobre o tema, responsáveis por alinhar os objetivos e justificativas desta pesquisa.

2.1 ESTADO DA ARTE

Utilizando a plataforma Google Acadêmico, foram encontrados alguns trabalhos na mesma linha de pesquisa deste estudo, através da busca com o uso das palavras chaves “desinformação”, “*fake news*”, “idade” e “comportamento”. O quadro abaixo irá categorizar pelo ano de publicação, exibindo títulos e autores responsáveis e, na sequência, serão discutidos os principais pontos acerca de alguns destes trabalhos.

CÓDIGO	TÍTULO	AUTOR(ES)	ANO DE PUBLICAÇÃO
01	<i>Fake News</i> : Impactos e desafios enfrentados pela terceira idade	Tamires Cassia Rodrigues Okada; Natalia Rodrigues Delbianco	2018
02	Por que as <i>fake news</i> têm espaço nas mídias sociais?	Barbara Coelho Neves; Jussara Borges	2020



03	<i>Fake News</i> no Whatsapp: um estudo da percepção dos efeitos em terceiros	André Lemos; Frederico Oliveira	2020
04	Idosos, <i>fake news</i> e letramento informacional	Lizandra Brasil Estabel; Bruno Fortes Luce; Luciane Alves Santini	2020
05	Desafios das <i>Fake News</i> com Idosos durante Infodemia sobre Covid-19: Experiência de Estudantes de Medicina	Angela Theresa Zuffo Yabrude; Andressa Caroline Martins de Souza; Catarine Wiggers de Campos; Loyse Bohn; Marcela Tiboni	2020
06	Desinformação na terceira idade: como o público idoso se relaciona com as <i>fake news</i> dentro das redes sociais	Bruno Luce, Lizandra Brasil Estabel	2020
07	Jovens e sua percepção sobre <i>fake news</i> na ciência	Vanessa Oliveira Fagundes; Luisa Massarani; Yuri Castelfranchi; Ione Maria Mendes; Vanessa Brasil de Carvalho; Maria Ataíde Malcher; Fernanda Chocron Miranda; Suzana Cunha Lopes	2021
08	WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado	Gustavo Teixeira de Faria Pereira; Iluska Maria da Silva Coutinho	2022
09	Influenciadores da desinformação nas pandemias de gripe espanhola e Covid-19: um estudo documental	Eluana Borges Leitão de Figueiredo; Roberta Mariana da Costa Rodrigues; Karina Castro Teixeira Pontes; Marcela Teixeira de Oliveira; Juliana Taveira Oliveira; Lilian de Souza	2022
10	Análise das <i>fake news</i> na inferência do cotidiano das pessoas	Caroline Lira Demari; Lúcio Scheuer	2022

Quadro 1 – Lista de estudos realizados na mesma linha de pesquisa

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Existem diversos trabalhos que mostram os impactos da desinformação, atrelada à



disseminação das *fake news* no cotidiano das pessoas, enfatizando o potencial influenciador das redes sociais. O artigo 08, por exemplo, explica como o *Whatsapp* pode ser colocado como uma ferramenta de fácil propagação de conteúdos falsos, já que não há fiscalização por parte do aplicativo sobre o conteúdo de cada mensagem compartilhada.

Os artigos 01, 04 e 06 apresentam as dificuldades enfrentadas pela terceira idade, bem como os desafios ao lidar com *fake news* no dia a dia, e concluem que, pela vulnerabilidade diante das redes sociais e ferramentas digitais, este público apresenta maior potencial de propagação de informações falsas comparado ao público mais jovem.

O artigo 10 realiza uma pesquisa com pessoas a partir de 16 anos, com intuito de avaliar o poder de influência das *fake news* no cotidiano dos indivíduos. Todos estes, assim como o artigo 07, que relaciona o conceito de cognição cultural com a influência dos valores pessoais na formação de opiniões, contribuíram para o referencial teórico desta pesquisa.

2.2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A expressão “sociedade da informação” pode ser compreendida, segundo Delbianco e Valentim (2022), como um aspecto da sociedade atual, na qual a presença de novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) se torna cada vez mais forte. Diante de uma sociedade em que a tecnologia nunca esteve tão presente no cotidiano das pessoas, surge a necessidade de compreender como as informações circulam tão rápido entre elas. E, para facilitar essa compreensão, precisamos refletir os avanços tecnológicos ocorridos ao longo das últimas décadas.

Okada e Delbianco (2018) explicam que a Sociedade da Informação surgiu com o passar das décadas, após vivenciarmos diversas revoluções históricas e grandes guerras. Eventos marcados pelo surgimento de tecnologias revolucionárias, tais como a máquina a vapor, na 1ª Revolução Industrial; a eletricidade, durante a 2ª Revolução Industrial; e alguns dos avanços computacionais que conhecemos hoje em dia como automação e a Internet, surgindo na 3ª Revolução Industrial, também conhecida como a Revolução Informacional, que ocorreu após a Segunda Guerra Mundial. Tais cenários, segundo as autoras, contribuíram para os avanços nos meios de comunicação e cooperaram para a disseminação de informações mais facilmente.

Gnipper (2018) concorda que a evolução das comunicações aconteceu por conta dos avanços tecnológicos já mencionados, em especial por conta da Internet, que proporciona



realização de pesquisas e nos conecta com o mundo, independente de horário e local em que estejamos.

Demari e Scheuer (2022) afirmam que o processo de globalização não existiria se não fossem os modernos meios de comunicação existentes. Desde então, segundo os autores, “[...] a comunicação passa a ter um papel determinante na vida dos seres humanos” (DEMARI e SCHEUER, 2022, p. 509).

Os autores conceituam ‘meios de comunicação’ de maneira mais tradicional, englobando qualquer forma de estabelecer comunicação entre as pessoas, o que pode incluir o envio de cartas, por exemplo (DEMARI e SCHEUER, 2022). Mas, trazendo o conceito para o cenário atual, hoje existem recursos tão modernos a ponto de proporcionar comunicação entre duas e até milhares de pessoas simultaneamente. Ainda segundo os autores, a Internet modificou as diferentes formas de comunicação já existentes, visto que é o meio mais comum, hoje em dia, para realizar pesquisas, estabelecer contato com as pessoas e buscar diferentes tipos de informação (DEMARI e SCHEUER, 2022).

Diante de tantos avanços, percebeu-se a facilidade em disseminar informações, o que pode ser útil promovendo o acesso de forma globalizada, mas que também pode ser prejudicial caso haja mais informação do que se pode filtrar e processar (OKADA e DELBIANCO, 2018). É o que acontece hoje em dia, usuários da Internet têm acesso a uma grande variedade de informações, que podem ser verdadeiras ou não. Segundo Faustino (2020), esse é um comportamento característico da Sociedade da Informação, que reflete a necessidade de novidades na alta produção de informações, sem que haja preocupação com a autenticidade, já que a velocidade é mais importante que o conteúdo.

Ainda que existam diferentes formas dessas informações chegarem até as pessoas, através de outros meios de comunicação como televisão, jornal, rádio e livros, por exemplo, a velocidade com que se espalham dentro do ambiente virtual é incontestável. Por conta dessa variedade informacional, acreditam Okada e Delbianco (2018), surge a problemática acerca da qualidade das informações, dificultando a distinção em saber o que é verdadeiro ou não. Os autores Ripoll e Matos (2017), destacam que:

A popularização de termos como ‘fake news’, ‘pós-verdade’ e ‘desinformação’ tem trazido à tona uma recente preocupação com a veracidade e a confiabilidade das informações disseminadas na web, as quais acabam formando opiniões e construindo pretensos conhecimentos, baseados em informações falsas ou imprecisas.



É válido ressaltar que os termos desinformação e *fake news* não são sinônimos, mas possuem ligação. A relação entre ambos será melhor discutida ainda nesta seção.

2.2.1 Redes sociais e a velocidade das informações

Se em algum momento da história houve deficiência no acesso à informação, hoje em dia o cenário é outro. Para Recuero (2009), o surgimento da internet contribuiu para propagação das informações de maneira mais rápida e interativa. Delbianco e Valentim (2022) ressaltam que, além dos avanços tecnológicos terem influenciado o avanço das TIC, também contribuíram para o surgimento dos ambientes digitais de comunicação.

Faz-se necessário relembrar brevemente o surgimento da Internet, que passou por tantas transformações desde sua criação. Conhecida inicialmente como Rede de alcance mundial, ou do inglês *World Wide Web* (sendo popularmente utilizado somente o termo *Web*), a Internet se tornou conhecida na década de 1990.

De forma resumida, Internet é a rede que conecta os computadores ao redor do mundo. *Web* é o caminho que nos permite acessar os conteúdos disponíveis nesta rede. Os dados transferidos pela Internet estruturam as páginas que acessamos através de um navegador para que tenhamos acesso a imagens, vídeos e textos dinâmicos. (CIRIACO, 2016). Mas nem sempre foi assim.

Assim que surgiu a Internet, as páginas não eram tão dinâmicas quanto hoje em dia. Além disso, eram utilizadas, de uma forma mais ampla, para oferecer informações de forma unilateral. Entretanto, sua versão mais atualizada – até então – a chamada *Web 2.0*, já apresentava um formato mais moderno, proporcionando novas interfaces, instigando a criatividade e permitindo o compartilhamento de informações entre usuários (PRIMO, 2007; MOREIRA, 2009).

Segundo Delbianco e Valentim (2022), com a consolidação da *Web 2.0* surgiram as redes sociais e portais de vídeo, oferecendo mais espaço para as mídias sociais.

Vale ressaltar que os conceitos de mídia social e rede social não são o mesmo, mas possuem relação. Mídia social é um termo mais abrangente e compreende diferentes mídias que permitem troca de informação entre os indivíduos. Ao passo que rede social está ligado à conexão, uma forma de conectar pessoas e permitindo, também, que haja compartilhamento de informações entre os usuários (DELBIANCO e VALENTIM, 2022).

Recuero (2009, p. 29) explica que rede social se refere a:



[...] interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. Esses laços são ampliados, complexificados e modificados a cada nova pessoa que conhecemos e interagimos.

As redes sociais proporcionam a construção de uma comunicação intensa, apesar de virtual. Num cenário em que não há necessidade de toque físico, o uso das redes sociais interfere no comportamento humano, alimenta o desejo de estar sempre conectado permitindo que a tecnologia faça parte do cotidiano do cidadão (MOREIRA, 2017).

Para Recuero (2009) as redes sociais têm o poder de aproximar sujeitos que estão distantes fisicamente, unir indivíduos que se conhecem há muito tempo ou, ainda, que nunca se encontraram pessoalmente, criando uma conexão baseada em interesses comuns.

Lanier (2018) explica que a principal função das redes sociais é manter as pessoas cada vez mais conectadas, e isso pode ser explicado compreendendo melhor como funciona o lucro por trás das empresas que as sustentam. Assim como emissoras de rádio e televisão, as redes sociais também lucram através dos anúncios exibidos em sua plataforma. Entretanto, o negócio se dá através da venda das informações dos usuários aos anunciantes.

Santos (2022, p. 5) reforça que “[...] quanto mais tempo passamos na rede social, mais informações sobre nosso perfil deixamos para seus algoritmos”. Aqui abre-se parênteses para compreender o conceito e o funcionamento dos algoritmos. Teixeira (1998, p. 20) define como: “um processo ordenado por regras, que diz como se deve proceder para resolver um determinado problema. Um algoritmo é, pois, uma receita para se fazer alguma coisa”.

Striphas (2015) conceitua algoritmos como um conjunto de procedimentos matemáticos, ou sistemas de codificação, com capacidade de revelar ou esconder coisas. Dessa forma, podemos considerar que os algoritmos funcionam como fórmulas matemáticas que agem de maneira imparcial, sem julgamento. Entretanto, é possível manipular o uso dessas fórmulas para que a circulação dos conteúdos ocorra em prol de algum objetivo. Em resumo, os conteúdos se propagam pelas redes à medida em que são consumidos (seja de forma ativa, pesquisando, ou de forma passiva, recebendo o conteúdo vindo de outra pessoa), e isso acontece sem que haja preocupação quanto a veracidade das informações (STRIPHAS, 2015; TEIXEIRA, 1998; PEREIRA E COUTINHO, 2022).

Dessa forma, o algoritmo consegue ter acesso a todas as nossas interações nas redes, seja o que escrevemos, curtimos, quais páginas acessamos, quais informações mais prendem nossa atenção (SANTOS, 2022). Lanier (2018) complementa que é capaz do algoritmo saber



mais sobre nós do que nós mesmos, o que reflete em maior lucro para as empresas, uma vez que anunciando produtos de nosso interesse, baseado em nossas informações, passaremos mais tempo nas plataformas e, conseqüentemente, as empresas terão mais retorno financeiro.

Telles (2010) acredita que as redes sociais podem nos causar impactos tão profundos a ponto de modificarem o modo como lidamos com nossas informações e representações do mundo físico e social.

Em se tratando das informações falsas, a preocupação acerca do algoritmo é que ele não faz distinção se a informação é real ou não, o que importa é o engajamento, ou seja, a quantidade de interação com aquele conteúdo. Se uma informação falsa obteve vários comentários e compartilhamentos – ainda que informando ser falsa – esta será tão valiosa, ou mais, do que uma informação verdadeira, e o algoritmo irá privilegiar essa informação exibindo-a para mais usuários (SANTOS, 2022).

Levy (2020) associa a popularização das redes sociais ao uso dos *smartphones*, considerando que, hoje em dia, o aparelho está presente em diversas atividades do cotidiano. E como afirma Bridle (2019), para muitas pessoas o *smartphone* se tornou uma extensão do seu corpo. Dito isso, Santos (2022) reitera que os algoritmos foram desenhados para prender nossa atenção diante das telas dos *smartphones*.

Hoje em dia poucas são as pessoas que não utilizam redes sociais em seu cotidiano. Mas há quem prefira se manter distante por diversos motivos, que podem envolver garantia de privacidade – considerando a necessidade de inserir informações pessoais para fazer parte das redes – ou mesmo evitar o vício, como acontece com pessoas que consomem tanto conteúdo nas redes que acabam desenvolvendo sintomas de abstinência e até mesmo síndromes, como a Fomo (*Fear Of Missing Out* – podendo ser traduzido como “medo de ficar de fora”, referindo-se ao receio de perder alguma informação em tempo real ou por não estar presente em situações sociais dentro do ambiente virtual) (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2023).

A necessidade da informação torna as pessoas menos cautelosas quanto à veracidade dos conteúdos que estão consumindo. Não só deixam de confirmar a autenticidade das informações recebidas como tendem a confiar no que está sendo lido (OKADA e DELBIANCO, 2018). Ainda segundo as autoras, devido à grande adesão de usuários na *Web 2.0*, os conteúdos inseridos nas redes aumentaram consideravelmente, e isso gera mais informações circulando sem que haja gerenciamento adequado (OKADA e DELBIANCO, 2018).



Rocha e Alves (2010) acreditam que, com a criação das plataformas digitais, criou-se uma nova cultura - a cultura digital -, responsável por romper a barreira entre o produtor e o receptor de conteúdos. Ambinder e Marcondes (2011) elucidam que a proposta da Web 2.0 é permitir uma participação mais ativa do usuário, o qual pode não somente acessar informações, como também selecionar e alterar conteúdos.

Os autores Silva, Pinho Neto e Dias (2013, p. 285) evidenciam que “[...] quanto mais conteúdo criado pelos usuários é inserido na internet, mais complexo se torna o processo de confiabilidade nas informações disponíveis”.

2.2.2 Infodemia

Diante de um cenário em que tecnologia e informação estão em destaque, uma grande preocupação, além da velocidade com que se espalham, é o volume de informações presentes nas redes. Essa sobrecarga de informações ficou conhecida como ‘infodemia’, que, segundo a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS, 2020), caracteriza-se como um excesso de informações, muitas vezes ilegítimas, que pode prejudicar a constatação desses dados quando necessário.

O termo deriva da definição de infodemiologia, ou epidemia da informação, conceito elaborado pelo pesquisador alemão Gunther Eysenbach no início dos anos 2000 referindo-se à quantidade de conteúdos relacionados à saúde na Internet. A expressão infodemia foi citada pela primeira vez em 2003, pelo cientista político e jornalista David Rothkopf – conhecido como criador do termo - em uma coluna do jornal *Washington Post*¹ sobre a epidemia de SARS² (*Severe Acute Respiratory Syndrome*, ou Síndrome respiratória aguda grave) causada pelo coronavírus. Em sua publicação, o cientista afirmava existirem duas epidemias na época: uma viral, referindo-se à síndrome, e a segunda informacional, a qual chamou de infodemia, justificando a quantidade de teorias e especulações acerca da doença sendo espalhados por todo o mundo (EYSENBACH, 2002; ROTHKOPF, 2003).

Um cenário semelhante ocorreu recentemente, após o decreto da pandemia da *coronavirus disease* 2019 (Covid-19) em março de 2020. Doença causada por outra espécie do coronavírus, denominado SARS-CoV-2, com alta taxa de letalidade. Até março deste ano, o

¹Traduzido como "O Correio de Washington", é o jornal de maior circulação publicado na capital do Estados Unidos da América https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Washington_Post

² Doença respiratória viral causada pelo coronavírus SARS-CoV



Brasil alcançou 700 mil mortes causadas pela doença (OLIVEIRA, 2023; Organização Pan-Americana da Saúde [OPAS], 2022).

Apesar da gravidade da situação que o mundo inteiro enfrentava, a sociedade precisou lidar com outro problema: o retrato da desinformação e a popularização das *fake news*. Brito e Pinheiro (2015) associam o conceito de desinformação a vários significados, sendo os principais: a ausência da informação, a informação manipulada e o engano proposital. Tratamentos milagrosos, medicamentos sem comprovação científica, teorias conspiratórias e diversas outras desinformações eram espalhadas através dos ambientes digitais. Figueiredo et al. (2022) chamam de ‘influenciadores da desinformação’ todos aqueles responsáveis pela divulgação de inverdades, e relatam que estes influenciadores se aproveitam da legitimação médica e utilizam referências de instituições importantes, como a Cruz Vermelha, a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e tantas outras com o fim de transmitir segurança e confiabilidade à população.

Os mesmos autores afirmam que não é a primeira vez que a desinformação se fez presente diante de um cenário catastrófico envolvendo a saúde. Por volta de 1918, quando a gripe espanhola chegou ao Brasil, a população não levou a doença a sério. Aproveitando-se do momento de fragilidade, começaram a circular notícias que também utilizavam o discurso médico para divulgar produtos e receitas de prevenção e cura da gripe. Em virtude de tamanha ignorância, negacionistas acerca dos sintomas e da letalidade da doença fizeram com que as autoridades brasileiras também desacreditassem, causando um atraso na adoção de medidas de precaução contra a doença, o que contribuiu para o adoecimento de grande parte da população. (FIGUEIREDO et al., 2022).

2.2.3 *Fake news* na esfera política

Fake news são informações falsas, criadas com objetivo de espalhar uma mentira ou induzir o leitor ao erro ou dúvida. Possuem um formato que transmite seriedade, muitas vezes misturando informações reais e fictícias para garantir a atenção do receptor da mensagem. Além de, geralmente serem aplicadas em contextos que possam gerar ou sanar dúvida, é comum que as *fake news* corroborem com pontos de vista e opiniões pessoais (GOMES, 2018).

Em períodos eleitorais, por ser um momento de intensa polarização política e ideológica, a divulgação de informações falsas só aumenta. Os propagadores se aproveitam do cenário de disputa e passam a compartilhar inverdades, se aproveitando não apenas da dúvida e da



ingenuidade de alguns usuários, mas da falta de autocritica e da necessidade de argumentos que justifiquem os posicionamentos das pessoas (GOMES, 2018).

As eleições brasileiras de 2018 corroboram com o argumento da autora. Foi um momento em que circularam muitas informações tendenciosas, tiradas de contexto com intuito de prejudicar a imagem de ambos os candidatos à presidência. De certo, muitas pessoas decidiram seu voto baseado na desinformação que predominou naquele cenário caótico: imagens e áudios manipulados, ataques à imprensa tradicional, mensagens de ódio, preconceito e legitimação da violência.

Ainda segundo a autora, a mais popular das *fake news* nessa época envolveu o chamado “kit gay”, material que seria, originalmente, distribuído entre os educadores com objetivo de combater à homofobia e auxiliar no desenvolvimento de atividades que orientassem os alunos. Entretanto, a informação foi espalhada por diversas pessoas, inclusive pelo candidato Jair Bolsonaro, responsabilizando seu oponente Fernando Haddad, que o “kit gay” seria distribuído para as crianças de escolas públicas (GOMES, 2018; TANCREDO, 2023).

Outro exemplo de desinformação envolvendo educação sexual surgiu de falas da senadora Damares Alves (na época, ministra e candidata ao Senado Federal, e apoiadora do candidato Jair Bolsonaro), que realizou denúncias informando que o material estaria “ensinando” crianças a serem gays (NEVES, 2018).

Quando se trata de informações polêmicas, que apelam contra os valores pessoais e quebra da moralidade, os impactos são visíveis. Seria compreensível tomar partido acerca de qual candidato votar após um suposto envolvimento com esse tipo de material? As *fake news* na política possuem esse objetivo, impactar os que ainda não decidiram seu voto e justificar posicionamentos já existentes, o que é tão preocupante quanto problemático, visto que uma decisão tão importante quanto a escolha de representantes políticos devia ser realizada com o máximo de conhecimento, senso crítico e pensamento democrático.

2.2.4 O fenômeno da desordem informacional

No ambiente digital, tanto a informação quanto a desinformação podem circular livremente sem que haja nenhum tipo de checagem sobre sua veracidade. A checagem de fatos (do inglês *fact checking*) refere-se ao ato de confirmar os dados contidos nas informações divulgadas pelos meios de comunicação. Com objetivo de detectar imprecisões e mentiras, a



checagem de fatos sempre existiu, mas ficou ainda mais popular por conta da Internet e do bombardeio de informações e desinformações que circulam pelas mídias digitais.

Para Pereira e Coutinho (2022, p.5), “Tais informações são divulgadas e consumidas de forma massiva, e circulam na *web* sem que os usuários saibam diferenciar uma notícia verdadeira de uma *fake news*”.

É necessário enfatizar que alguns autores não concordam com o uso genérico do termo *fake news*. Wardle e Derakhshan (2017), por exemplo, evitam utilizá-lo por acreditarem ser inadequado e insuficiente para expressar o complexo fenômeno da desinformação. Destacam, ainda, que atualmente o termo possui mais ligação com questões políticas, sendo comumente empregado na tentativa de desacreditar jornalistas e veículos de notícias. Chaves e Braga (2019) questionam o uso da palavra ‘notícias’, sendo definido como algo que aconteceu de verdade, junto do adjetivo ‘falsas’. Nesse caso, a expressão ‘notícias falsas’ seria um oxímoro, figura de linguagem que expressa sentido com o uso de palavras com sentidos opostos, que pode contribuir para desacreditar informações reais (FAGUNDES et al., 2021).

As *fake news* estão atreladas ao fenômeno chamado desordem informacional, evento experimentado por todo os usuários da Internet hoje em dia. (WESENDONCK E JACQUES, 2022). Refere-se a todo tipo de informação, real ou não, que circula nos meios digitais. Wardle e Derakhshan (2017) apontam três tipos de informações presentes dentro do cenário de desordem informacional, são elas: *misinformation* - referindo-se a informações falsas compartilhadas por pessoas que acreditam que sejam verdadeiras, sem o objetivo de causar dano; *disinformation* - informações compartilhadas intencionalmente para causar dano a algo ou alguém; e *mal-information* - informações originalmente legítimas, mas que podem ter sido alteradas com intuito de causar dano. Por não existir, na língua portuguesa, duas palavras distintas para diferenciar os termos *misinformation* e *disinformation*, ambos geralmente traduzidos como desinformação, a tradução foi adaptada de acordo com o contexto utilizado pelos autores.

A fim de esclarecer ainda mais essas categorias, Wardle e Derakhshan (2017) utilizam uma imagem representando um diagrama de Venn³, com as definições *misinformation* (conteúdo falso) de um lado, *mal-information* (conteúdo com intenção de prejudicar) do outro

³ Forma gráfica utilizada para representar elementos de conjuntos e suas interseções. Diagrama adaptado a partir do artigo publicado em 2018 pela autora Claire Wardle, cuja fonte da primeira versão da imagem refere-se ao seu trabalho publicado em 2017, juntamente com o pesquisador Hossein Derakhshan.

e *disinformation* (conteúdo falso com intenção de prejudicar) na interseção, conforme imagem a seguir:

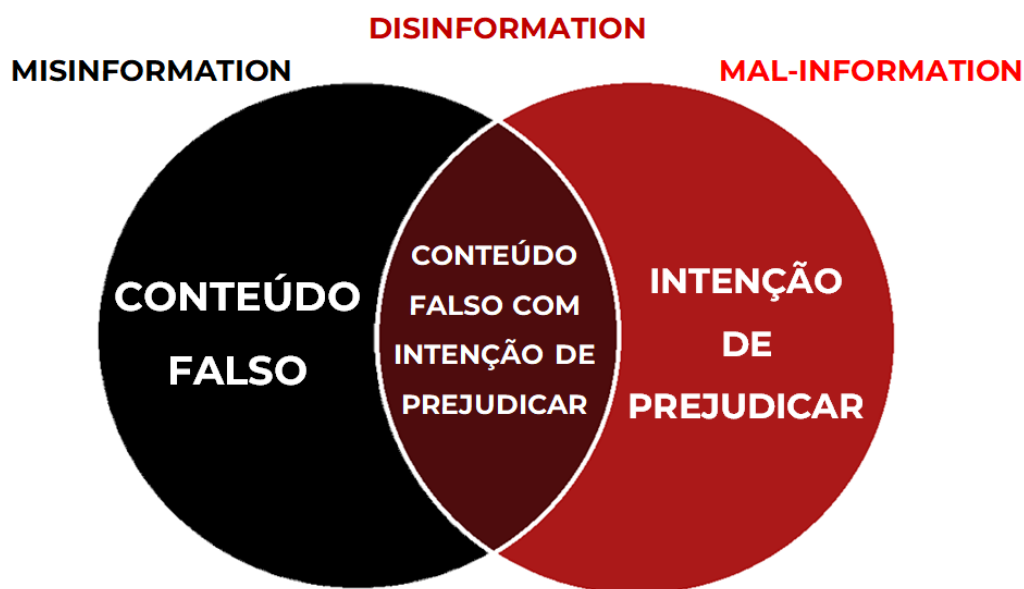


Figura 1 - Tipos de desordem informacional

Fonte: Adaptado pela autora a partir de Wardle e Derakhshan (2017)

Por conta dessa classificação de informações, os autores não acham coerente resumir a complexidade do fenômeno da desordem informacional somente ao termo *fake news*, pois afirmam não se tratar somente de notícias falsas.

Ainda que o surgimento da Internet e das redes sociais tenha contribuído para a circulação de informações falsas, ou mesmo aquelas verdadeiras, mas voltadas para causar danos, informações desse tipo sempre existiram (WESENDONCK E JACQUES, 2022). O fator preocupante não é somente a circulação do conteúdo falso, mas os fatores que contribuem para tal disseminação. Frazão (2020) acredita que a soma de algumas circunstâncias podem contribuir para potencializar a disseminação de mentiras e conteúdos danosos, seriam eles: i) o crescente uso da Internet, que permite que qualquer pessoa publique opiniões e suas próprias versões de fatos, sem que haja um cuidado com a autenticidade dos fatos; ii) a existência de pessoas que interagem no anonimato, através de perfis falsos; iii) a existência de aplicativos que podem ser utilizados para disparos de informações em massa; e iv) o crescente protagonismo das plataformas, as quais exercem papel de gestoras de conteúdo conforme selecionam e filtram, por meio de algoritmos, as informações que chegarão até os usuários.



Ainda em seu estudo sobre desordem informacional, Wardle e Derakhshan (2017) argumentam que o processo de criação e disseminação da informação possui três elementos principais, são eles: o agente, a mensagem e o intérprete. O agente seria o criador da informação, responsável também por distribuí-la. No cenário já citado, em que o usuário de uma rede social pode criar e compartilhar conteúdos, qualquer pessoa pode se tornar o agente responsável pela transmissão da mensagem. A mensagem seria o conteúdo recebido e/ou compartilhado, podendo ser algo lícito ou não. E o intérprete seria aquele que recebe o conteúdo, que pode optar ou não por compartilhá-la.

A ação de compartilhar o conteúdo pode se dar, ou não, por algumas razões: o intérprete pode concordar com a mensagem e ter a mesma intenção de quem a criou (o agente), como também pode discordar da mensagem e compartilhá-la com intenção oposta à do agente (WESENDONCK E JACQUES, 2022).

Independente dos motivos, o compartilhamento de informações sem constatar sua veracidade pode causar efeitos danosos. Wardle e Derakhshan (2017) orientam a importância de checar as informações antes de passar adiante e uma das práticas que pode ser adotada é utilizar os serviços de *fact-checking*⁴ disponíveis *online*, que possuem objetivo de checar a autenticidade das informações.

Atualmente existem diversas agências de checagem de fatos, cujo objetivo é confirmar as fontes das informações, constatando serem verdadeiras ou não. Alguns exemplos dessas agências que atuam aqui no Brasil são: “Aos fatos”⁵, “Lupa”⁶, “Fato ou Fake”⁷, “Boatos.org”⁸ e “Projeto Comprova”⁹.

2.2.5 “Filtro bolha” e o uso de robôs

Um estudo realizado em 2017 pelo Departamento de Análise de Políticas Públicas (DAPP), da Fundação Getúlio Vargas, intitulado “O uso de robôs em redes sociais e a política no Brasil”, traz o alerta para realização de denúncias contra a disseminação de informações falsas com a utilização de ferramentas automatizadas (robôs sociais, ou *social bots*). O estudo

⁴ Traduzido como “checagem de fatos”. Serviços disponíveis em sites e portais jornalísticos a fim de comprovar legitimidade das informações

⁵ <https://www.aosfatos.org/>

⁶ <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/>

⁷ <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>

⁸ <https://www.boatos.org/>

⁹ <https://projeto comprova.com.br/>



apontou que, no período eleitoral de 2014, cerca de 10% das interações na rede social Twitter eram geradas por *bots*. Tratam-se de perfis não reais, responsáveis por criar e divulgar informações falsas, disseminando-as em meio às verdadeiras e propagando links com capacidade de roubar dados pessoais dos usuários. (LIMA e AMARAL, 2018; AZEVEDO, 2020).

Para Delmazo e Valente (2019), essa situação é ainda mais preocupante em períodos eleitorais, uma vez que a capacidade de disparo em massa de informações pode influenciar opiniões sobre partidos e processos eleitorais, intensificando ainda mais a polarização política já existente.

Lima e Amaral (2018) reforçam que os *bots* possuem capacidade de disseminar informações falsas, elaborar *hashtags* e realizar menção personalizada de usuários. O que nos leva a outro problema: a influência do chamado “filtro bolha” na propagação das *fake news*. Pariser (2011) o descreve como forma do algoritmo direcionar conteúdos baseados no perfil de cada usuário, exibindo informações somente de seu interesse. Esse recurso dificulta a percepção do usuário acerca das informações ao seu redor, uma vez que o coloca dentro de uma ‘bolha’ (daí o nome) o fazendo enxergar somente informações que compactuem com sua forma de pensar, dificultando o desenvolvimento do senso crítico e prejudicando sua capacidade de debater acerca de conteúdos que divergem de suas opiniões.

2.2.6 Influência e tese da cognição cultural

Quando nos perguntamos os possíveis motivos que levam alguém a compartilhar conteúdos sem antes comprovar se são reais, podemos abrir espaço para reflexões rasas e preconceituosas. Uma abordagem que traz ferramentas interessantes para compreender um pouco mais sobre essas atitudes é a chamada tese da cognição cultural, que evidencia a tendência de perceber riscos em relação a crenças e valores pessoais (FAGUNDES et al., 2021).

Em um de seus estudos, Kahan et al. (2008) associam cognição cultural à tendência das pessoas em julgar os riscos e benefícios de uma determinada atividade ou situação de acordo com suas crenças. Ou seja, como interpretam Fagundes et al., (2021), nossa forma de enxergar o mundo e o grupo social a qual pertencemos possuem ligação com a forma como interpretamos os acontecimentos.

Kahan et al. (2008, 2010) realizaram pesquisas sobre temas polêmicos de diversas áreas da ciência, como nanotecnologia e aquecimento global, e utilizaram da perspectiva da cognição



cultural para análise das opiniões. Acerca da temática do aquecimento global, um estudo apontou que as opiniões sobre os riscos para a saúde dos seres humanos estavam mais relacionadas a compromissos com grupos sociais do que com nível de alfabetização (KAHAN, 2015). A pesquisa realizada nos Estados Unidos, revelou que um grupo com determinada orientação política tende a acreditar que o aquecimento global é responsabilidade das ações humanas, enquanto o outro grupo, com orientação política diferente, apresentou um comportamento mais cético em relação a isso. O autor concluiu, a partir dos dados deste estudo, que aquilo em que as pessoas acreditam a respeito de um risco social reflete quem elas são ou de que lado elas estão (KAHAN, 2015). O conceito de filtro bolha pode ser aplicado nesse contexto, uma vez que um dos grupos foi capaz de desacreditar de um tema tão sério e real, como o aquecimento global, baseado em suas vivências pessoais.

Fagundes et al. (2021) enfatizam que a problemática não se refere ao que as pessoas acreditam, mas ao fato de mostrarem opinião contrária apenas por conta de crenças e compromissos pessoais ou de grupos com os quais se identificam. Nesse contexto, em se tratando de desinformação, a falta de conhecimento não é o fator mais relevante. Valores e crenças pessoais podem desempenhar um papel fundamental nos atos de acreditar, checar e compartilhar informações.

A abordagem teórica da cognição cultural contribuiu para análise e discussão dos dados obtidos nesta pesquisa. Outro ponto utilizado para análise envolve a faixa etária dos participantes a fim de comparar os comportamentos diante do compartilhamento de informações em grupos etários distintos, e compreender se há diferenças entre o público mais jovem e pessoas com faixa etária maior.

2.2.7 A era pós-verdade

Em 2016 o dicionário de Oxford considerou ‘pós-verdade’ como a palavra do ano. Seu conceito refere-se a uma época em que a verdade importa menos que os laços afetivos estabelecidos a partir da opinião pública. Ou seja, não importa se a informação é verdadeira, os sujeitos estão mais interessados em explicações que corroborem com sua visão de mundo, sua própria interpretação da realidade (PRIOR, 2019).

Zarzalejos (2017) afirma que a pós-verdade consiste na banalização da realidade, relativizando os fatos e preponderando o discurso emotivo. Ao afirmar que o enfraquecimento



do valor da verdade reflete um perigo para nossa sociedade, Medeiros (2017, p. 25) expressa sua inquietação ao escrever “Quando ninguém acredita mais que exista uma verdade, [...] quando o que vale é simplesmente acreditar na sua própria razão, parece que a verdade está sendo abolida ou expulsa da convivência social”.

Diante da complexidade do tema envolvendo *fake news* e desinformação, faz-se necessário refletir sobre os impactos de acreditar em tudo aquilo que é divulgado e compartilhado nas plataformas virtuais. Não que esse tipo de prática tenha surgido com o advento das redes sociais, mas torna-se inegável o potencial de propagação de informações falsas presente nessas ferramentas.

Na próxima seção serão apresentados os métodos e as etapas utilizadas no desenvolvimento desta pesquisa.

3. MÉTODOS

Esta seção busca descrever os métodos utilizados no desenvolvimento desta pesquisa, acerca de sua natureza, abordagem, objetivos e procedimentos. Serão descritos também o público alvo, bem como instrumentos de coleta utilizados e técnicas para análise dos dados coletados.

Considerando a tese da cognição cultural, que trata da influência dos valores e crenças pessoais na percepção do indivíduo, esta pesquisa, de natureza básica, propõe-se a analisar o comportamento de diferentes grupos etários diante das notícias não somente recebidas, como também compartilhadas através das ferramentas digitais.

Desta forma, a abordagem desta pesquisa é qualitativa. Este tipo de pesquisa, segundo Minayo (1997), permite o estudo de sensações e opiniões, através da análise de conceitos, comportamentos e significados.

Acerca dos objetivos, esta pesquisa irá descrever as diferenças de comportamentos do público em questão. Logo, caracteriza-se como descritiva, pois segundo Silva e Menezes (2000, p.21) “a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.”

Quanto aos procedimentos, utilizou-se de pesquisa bibliográfica que, segundo Gil (2002, p.44), é um tipo de pesquisa “[...] desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Tais leituras aconteceram desde o início da pesquisa, uma vez que é o ponto inicial para se aprofundar no assunto pesquisado. De



acordo com Macedo (1994, p. 13), a pesquisa bibliográfica “Trata-se do primeiro passo em qualquer tipo de pesquisa científica, com o fim de revisar a literatura existente e não redundar o tema de estudo ou experimentação”. Lakatos e Marconi (2003) reforçam que não se trata de uma repetição do que já foi dito sobre o tema, mas sim de uma nova perspectiva acerca do assunto que possibilitará alcançar novas conclusões.

Sobre o público alvo, é necessário esclarecer uma mudança ocorrida durante a execução deste trabalho. O projeto de pesquisa desenvolvido como base para realização deste estudo, tinha como objetivo principal investigar de que forma o letramento informacional pode auxiliar a pessoa idosa a se prevenir dos impactos da propagação das *fake news*. Para isso, foi elaborado um minicurso com duração de seis horas, sendo dividido em seis aulas com duração de uma hora cada. As aulas aconteceram entre os dias 02 e 11 de maio de 2023, contando com quatro alunas participantes. Entretanto, considerando a amostra muito pequena para levantamento e análise dos dados, foi decidido realizar novas pesquisas a fim de alterar o objetivo principal do estudo.

Ainda no decorrer das aulas, foi possível perceber um comportamento receoso das alunas quanto ao uso das ferramentas digitais. Todas possuíam idade acima de 64 anos, e utilizavam celular digital em seu dia a dia, bem como aplicativos de mensagem instantânea e algumas redes sociais. Contudo, todas elas afirmaram receber notícias e mensagens, quase que diariamente, mas que não possuíam o hábito de compartilhar com sua rede de contatos por medo de fazer algo errado dentro da ferramenta. A partir daí, foram percebidos outros comportamentos de receio por parte delas e constatou-se, a partir da vivência das quatro alunas, que aquele público possui uma tendência maior em somente acreditar nas notícias que circulam nas redes. Logo, surgiu o questionamento de como outros grupos, de faixas etárias distintas, se comportam nas redes diante das notícias recebidas, se somente acreditam ou se também compartilham sem checar a veracidade das informações. A partir dessas percepções, surgiu a necessidade de alterar o objetivo deste estudo, buscando agora analisar os comportamentos diante das *fake news*, de acordo com diferentes grupos etários.

Para isso, utilizando a plataforma *Google Forms*, elaborou-se um questionário *online*, com 23 perguntas, sendo 22 fechadas e 1 aberta (Apêndice A), compartilhado por *e-mail* e através do aplicativo de mensagens instantâneas *Whatsapp*, visando analisar não somente faixa etária, mas também grau de escolaridade e nível de confiança nas plataformas de comunicação



digitais mais utilizadas. Tal instrumento de coleta foi escolhido por conta do baixo custo e fácil capacidade de compartilhamento entre diversas pessoas.

É importante esclarecer que, na descrição dos métodos aqui utilizados, serão considerados somente os dados coletados a partir do questionário investigativo, as informações obtidas com o minicurso não serão consideradas.

Como afirma Vergara (1997) o conceito de população, ou universo da pesquisa, é definido pelos elementos que possuem mesmas características utilizados como objetos de estudo, e amostra, ou população amostral, como uma parte desse universo selecionada a partir de um critério representante. Participaram desta pesquisa 191 pessoas com idade entre 18 e mais de 60 anos. A faixa etária foi o critério utilizado para realizar comparações entre gerações distintas e nível de experiência com a internet.

O questionário foi organizado da seguinte forma: informações pessoais (questões 1, 2 e 3); frequência de uso com que recebem e compartilham informações através das plataformas digitais, quais destas mais utilizam e seu nível de confiança quanto aos conteúdos exibidos (questões 4 a 10); se costumam checar a fonte das informações recebidas (questão 11); o conceito de *fake news* (questão 12); se já mudaram de opinião por conta de alguma notícia recebida através da internet e se acreditam que possa haver influência (questões 13 e 14); como se comportam diante das *fake news* (questões 15 a 21); quais os setores mais impactados com as notícias falsas (questão 22) e a última questão, sendo aberta, perguntando a opinião do participante sobre os impactos causados pela disseminação das *fake news* (questão 23).

Os dados coletados a partir do questionário serão exibidos e discutidos na próxima seção. Para análise das questões fechadas, serão exibidos gráficos ilustrando os percentuais respondidos. Para compreensão da questão aberta, utilizou-se o recurso de nuvem de palavras¹⁰, gerado a partir das respostas dos participantes.

4. DISCUSSÕES/ANÁLISES/INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O levantamento de dados desta pesquisa ocorreu a partir de um questionário aplicado para 191 pessoas. A análise se dará com a divisão dos participantes em três grupos, divididos por faixa etária, sendo eles:

¹⁰ Recurso gráfico que representa a frequência das palavras em um determinado texto.

Grupos	Faixa etária
1	18 a 29 anos
2	30 a 59 anos
3	A partir de 60 anos

Faixa etária: Das 191 pessoas participantes, 92 correspondem ao Grupo 1, 84 ao Grupo 2 e 15 ao Grupo 3. O critério de idade foi considerado como melhor representação comparativa entre os grupos a fim de visualizar se as informações falsas podem afetar qualquer um, independentemente da idade.

Gênero: Ao todo, responderam ao questionário 96 pessoas do gênero feminino, 93 do gênero masculino, 1 participante se intitulou não binário (marcando a opção aberta ‘Outros’ e respondendo por conta própria) e 1 participante optou por não responder.

Outro critério analisado será o grau de escolaridade dos participantes, representado no gráfico abaixo:

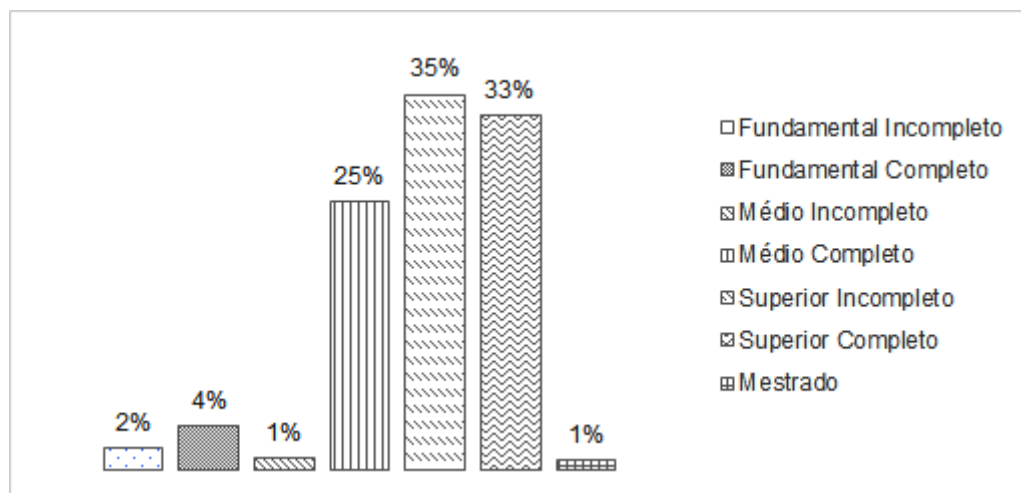


Figura 2 - Grau de Escolaridade dos participantes
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Nota-se que a maior parte dos respondentes possui Superior Incompleto, seguido dos que possuem Superior Completo e dos que concluíram o Ensino Médio. O grau de escolaridade será utilizado para analisar o nível de confiança dos participantes nas plataformas digitais mais utilizadas e compreender se as pessoas com maior formação também podem ser influenciadas pelas *fake news*. Nesta pergunta, as opções no questionário eram: a) Confio, pois sei que são plataformas sérias; b) Geralmente acredito, a maioria dos conteúdos são reais; e c) Sempre

desconfio, divulgam bastante conteúdo suspeito, cujos resultados são exibidos no gráfico abaixo:

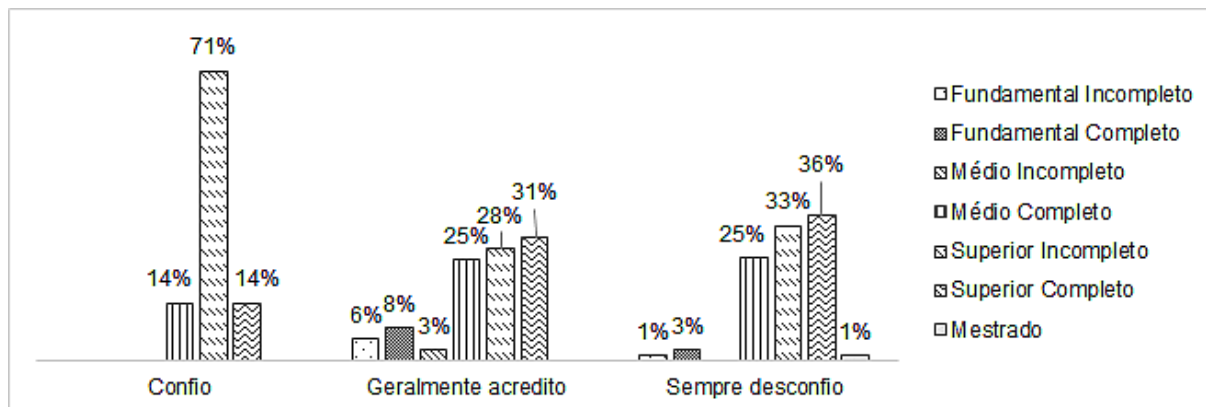


Figura 3 – Nível de confiança de acordo com Grau de Escolaridade
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

É possível perceber um padrão em algumas respostas de acordo com os graus de escolaridade. A porcentagem da opção ‘Sempre desconfio’ tende a aumentar conforme o grau de escolaridade também aumenta. Da mesma forma, a opção ‘Geralmente acredito’ também aumenta a partir do nível Médio Completo.

Nota-se, ainda, que a opção “Confio” obteve respostas somente nos graus Médio Completo, Superior Incompleto e Superior Completo. Com ênfase no nível Superior Incompleto, cuja porcentagem foi bastante significativa.

Ter confiança nos conteúdos consumidos através das redes pode refletir ausência de senso crítico e pouco nível de conhecimento, o que geralmente é associado ao grau de escolaridade. Contudo, os dados do gráfico reafirmam a teoria da cognição cultural, uma vez que não houve relação entre nível de confiança e graus escolares mais baixos, o que nos faz refletir se a confiança vem da pesquisa das fontes dos conteúdos ou se apenas possuem relação com as opiniões pessoais de cada participante.

Quanto ao hábito de compartilhar notícias através das redes (Figura 4), percebe-se que é mais comum entre os participantes do Grupo 3 (com idade a partir de 60 anos). Tanto no Grupo 1 (18 a 29 anos) quanto no Grupo 2 (30 a 59 anos) a prática não é tão comum, embora também aconteça:

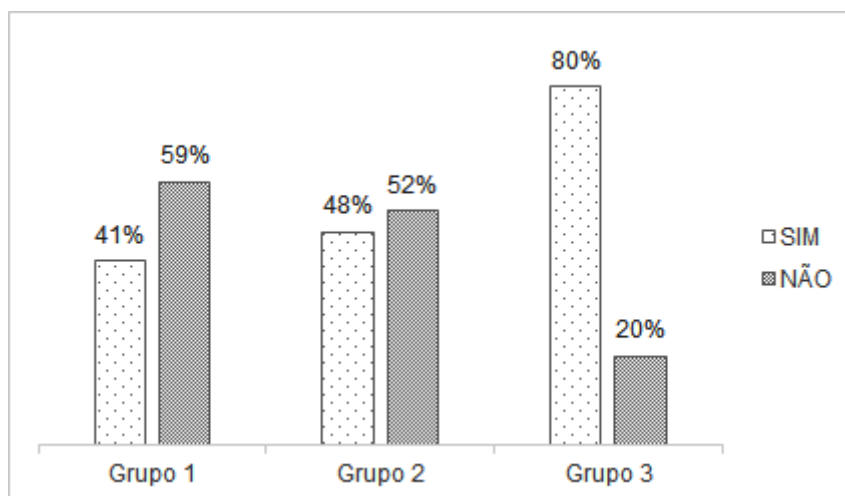


Figura 4 – “Costuma compartilhar notícias através das redes sociais e aplicativos de mensagem?”
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Quanto aos meios utilizados para acompanhar notícias (Figura 5), nota-se um padrão entre os Grupos 1 e 2: redes sociais, *sites* e perfis jornalísticos são apontados como mais utilizados por estes grupos. Enquanto no Grupo 3, os recursos mais utilizados são os aplicativos de mensagem instantânea e plataformas de vídeo. Um dos fatores que poderia validar tal observação seria a praticidade destas ferramentas, que oferecem recursos como envio de mensagem por áudio e pesquisas através do comando de voz, por exemplo, visto que o Grupo 3 pode apresentar dificuldades em manusear recursos como digitação e leitura de longos textos.

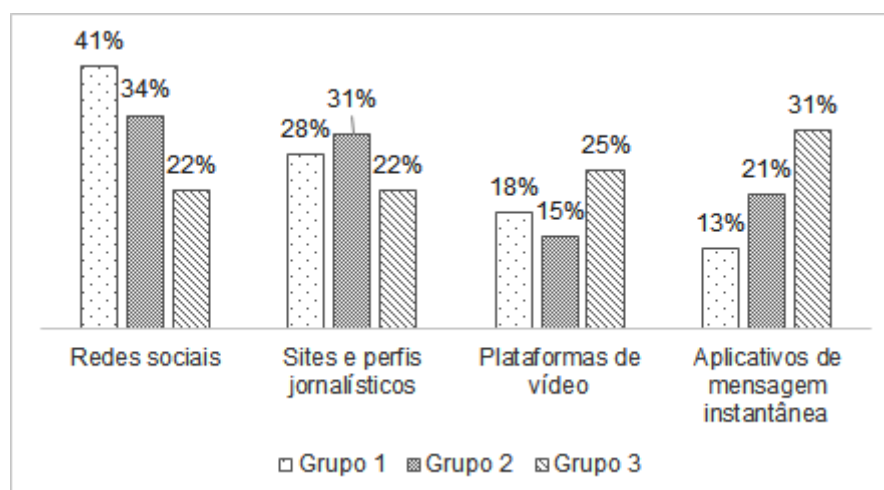


Figura 5 – “Marque as opções que costuma utilizar para se manter informado”
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Conforme apresentado na Figura 6, em todos os grupos a rede social mais utilizada é o *Whatsapp*. Presente em mais de 180 países e com mais de dois bilhões de usuários, segundo a

própria plataforma, o *Whatsapp* é um aplicativo gratuito de mensagens que possibilita conexão com a rede de contatos estabelecida pelos usuários (WHATSAPP, 2023). Entretanto, pela capacidade de enviar mensagens não somente para contatos específicos, como também para grupos com diversos usuários, e por não haver nenhum recurso de confirmação da veracidade das informações na própria plataforma, o *Whatsapp* apresenta grande potencial para propagação de informações falsas. Através da ferramenta é possível surgir o “efeito formiguinha”, quando as informações são compartilhadas entre diversas redes de contatos, aumentando seu alcance e chances de disseminação (PEREIRA e COUTINHO, 2022).

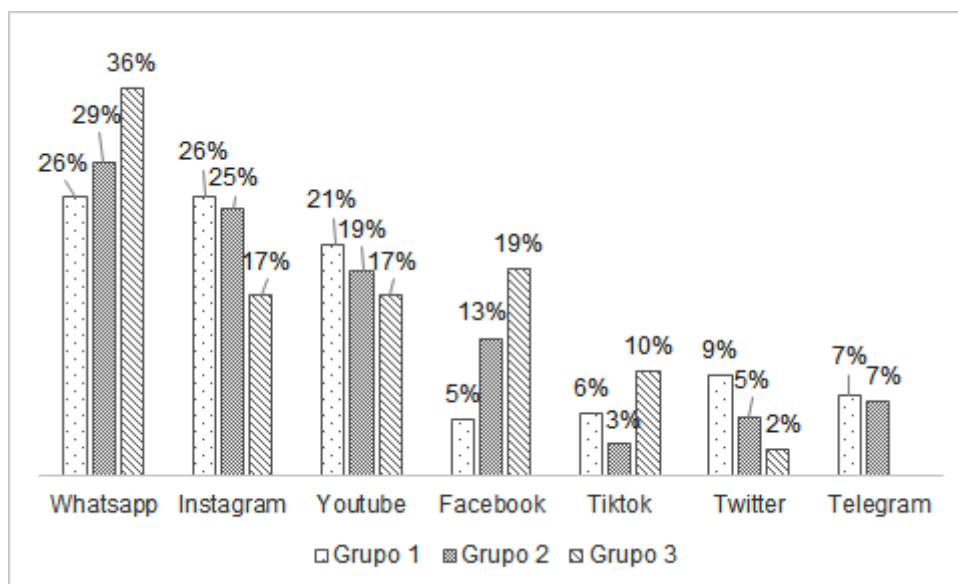


Figura 6 – “Quais destas plataformas você utiliza em seu dia a dia?”

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Acerca do nível de confiança nos conteúdos consumidos, percebe-se que, apesar da maioria de cada grupo ter respondido sempre desconfiar (Figura 7), observa-se que nenhum participante do Grupo 3 escolheu a opção que demonstra confiança plena nas plataformas. Considerando a vulnerabilidade do grupo diante das ferramentas digitais, percebe-se um comportamento receoso acerca da credibilidade das informações acessadas através das redes.

Em um estudo sobre os impactos das *fake news* no cotidiano da terceira idade, as autoras Okada e Delbianco (2018) refletem sobre o processo de adaptação dos mais velhos com as ferramentas digitais. O público idoso não dispunha de tantos recursos tecnológicos em sua juventude, logo, é compreensível que demonstrem dificuldades na tentativa de sobreviver nessa era digital (OKADA e DELBIANCO, 2018).

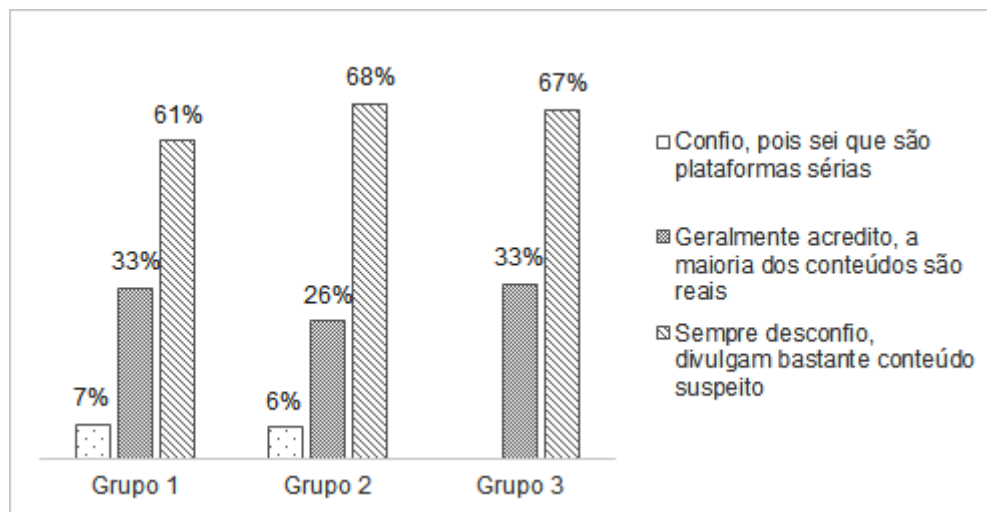


Figura 7 – “Costuma confiar nos conteúdos que consome através delas?”
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Quanto ao hábito de verificação das fontes das notícias lidas (Figura 8), em todos os grupos a maioria marcou a opção ‘Às vezes’. Nota-se que, no grupo 3, a porcentagem dos que não costumam verificar é bastante significativa, o que corrobora com a ideia de que os mais velhos podem ser mais suscetíveis a acreditar em informações falsas, já que não checam as fontes.

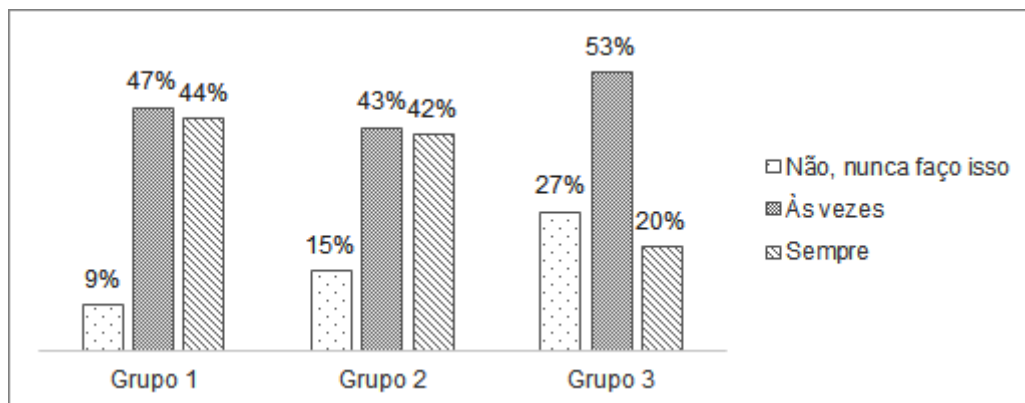


Figura 8 – “Tem o hábito de checar a fonte das notícias que lê na Internet?”
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

De acordo com a Figura 9, a maioria dos respondentes acredita que as *fake news* podem influenciar a opinião das pessoas. Dentre os Grupos 1 e 2, somente uma pequena porcentagem não concorda que aconteça, enquanto no Grupo 3 todos responderam positivamente. Isso reflete nos participantes mais velhos um comportamento mais consciente do potencial influenciador que as informações falsas possuem.

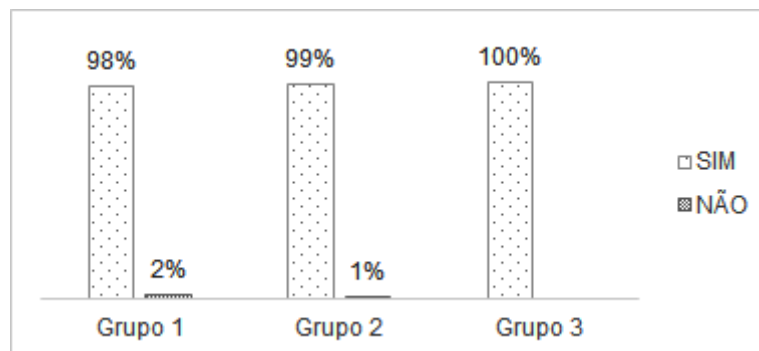


Figura 9 – “Acredita que as Fake News podem influenciar a opinião das pessoas?”
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Mais da metade de cada grupo afirmou já ter mudado de opinião após receber alguma informação através da Internet (Figura 10). Isso reflete a capacidade de interferência que as notícias podem ter na vida das pessoas, principalmente considerando o volume de informações que circula nos ambientes digitais, ficando difícil filtrar o que é verdadeiro ou não.

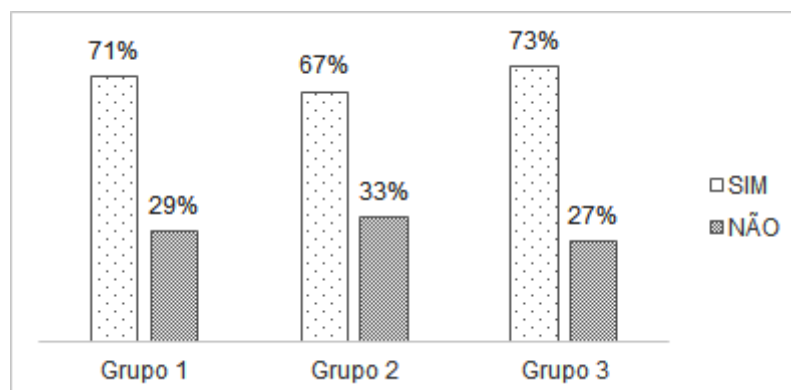


Figura 10 – “Você já mudou de opinião após receber alguma notícia através da internet?”
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Na Figura 8, vimos os dados sobre o hábito de verificar a fonte das informações lidas. O próximo gráfico, representado na Figura 11, permite a análise dos participantes que checam a veracidade das informações antes de compartilhá-las com sua rede de contatos. Podemos ver que o hábito é mais comum entre os Grupos 1 e 2, já que no Grupo 3 pouco menos da metade afirma não checar se as informações são verdadeiras antes de repassar. Através desta leitura, o público mais velho se mostra mais propenso a propagar informações falsas, considerando que a maior parte compartilha informações sem checar sua veracidade.

Com estes dados, percebemos a necessidade de projetos de inclusão digital para a terceira idade, que objetivam inserir o público idoso no meio digital, incentivando não só o contato com ferramentas tecnológicas, mas promovendo a sensação de pertencimento à

sociedade e proporcionando, inclusive, benefícios para a saúde física e mental (RODRIGUES, 2019).

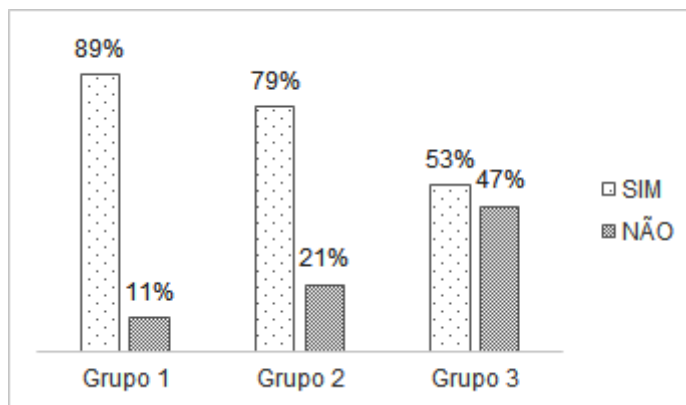


Figura 11 – Verificação da veracidade da informação antes de compartilhá-la
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

A questão 20 do questionário busca perceber como os grupos se comportam diante de informações com procedência suspeita. Conforme visto na Figura 12, a opção de não repassar e aguardar a confirmação da informação através de algum portal de confiança prevalece em todos os grupos. Mas é possível visualizar que a porcentagem da opção ‘Compartilho com meus contatos, pois sei que é de interesse de todos’ é maior dentre as respostas do Grupo 3, tornando os mais velhos mais suscetíveis a compartilhar informações falsas, considerando que tendem a repassar o conteúdo mesmo sendo de origem suspeita.

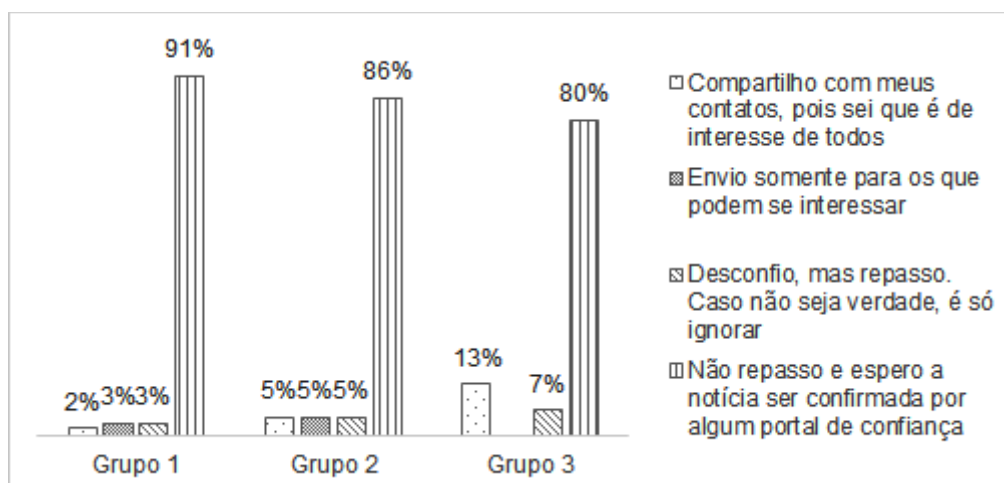


Figura 12 – “Caso receba alguma notícia suspeita através das redes sociais, o que costuma fazer?”
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Analisando a Figura 13, vimos que os grupos mostraram um comportamento similar diante do recebimento de informações falsas: mais da metade de cada grupo afirmou alertar a quem enviou que não se trata de uma informação verdadeira. Dentre as demais opções,

observamos nos Grupos 1 e 2 uma porcentagem maior ao escolher a opção “Não repasso, mas também não aviso a quem enviou”, ao contrário do Grupo 3, que obteve mais respostas na opção “Compartilho com meus contatos alertando que se trata de *fake news*”. Com esse gráfico, percebemos um perfil mais ativo acerca do combate às informações falsas nos mais velhos, enquanto os mais jovens apresentaram um comportamento mais negligente.

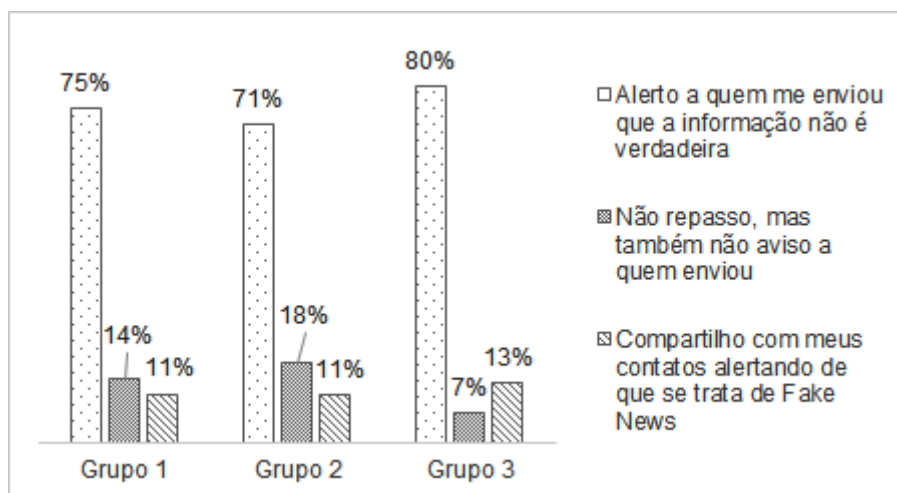


Figura 13 – “Se algum contato enviar uma notícia que você sabe que é FALSA, como você reage?”
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Com intuito de compreender a concepção dos participantes sobre os impactos das *fake news*, a última questão possuiu formato aberto, os deixando à vontade para responder com suas próprias palavras a pergunta “Na sua opinião, quais os impactos causados pela disseminação das *fake news*?”. Para análise destas respostas, os grupos etários foram mantidos e, para melhor visualização, utilizou-se o recurso de nuvem de palavras exibidos a seguir:

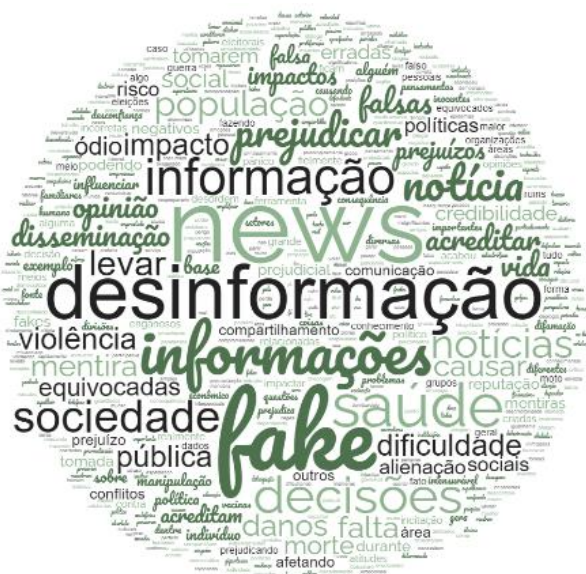


Figura 15 – Nuvem de palavras gerado a partir das respostas do Grupo 2
Fonte: Elaborado pela autora (2023)



Como nuvens de palavras são representações gráficas da frequência das palavras mais utilizadas nos textos, podemos analisar quais os termos mais citados por cada grupo através das imagens. Percebe-se a presença de algumas palavras em comum, tais como: desinformação, sociedade, impactos e opiniões. Dentre as diversas respostas recebidas, ficou clara a preocupação de cada grupo com os impactos das *fake news* na vida das pessoas. Os participantes



demonstraram compreender os malefícios do compartilhamento de notícias falsas, bem como a importância de checar a veracidade antes de passar adiante. No grupo 3 foi possível perceber a presença das palavras ‘opiniões’ e ‘políticas’ com maior frequência, o que, de acordo com as respostas obtidas, torna clara a opinião deste público acerca dos impactos das *fake news* em se tratando de questões políticas.

Analisando todos os gráficos, a conclusão obtida é que as informações falsas podem ser mais aceitas pelo Grupo 3, com idade a partir de 60 anos, apesar de haver compreensão da importância de checar a veracidade das informações e a maioria demonstrar preocupação com as fontes dos conteúdos consumidos através da Internet.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos nesta pesquisa mostram como as *fake news* impactam no cotidiano das pessoas, evidenciando os diferentes comportamentos de acordo com a faixa etária. Em comparação aos três grupos, o hábito de compartilhar informações é mais comum entre o público mais velho, assim como o uso do aplicativo *Whatsapp* como principal ferramenta de comunicação no dia a dia. Tal hábito gera uma preocupação visto que, apesar da praticidade, a ferramenta possui alguns pontos negativos acerca da checagem de informações, permitindo, por exemplo, repassar conteúdos editados pelos próprios usuários e contribuindo, assim, com o fenômeno da desordem informacional.

Ao mesmo tempo em que o público mais velho se mostrou mais suscetível a espalhar informações falsas, visto que uma parcela significativa não checa a veracidade antes de compartilhá-las, o mesmo grupo demonstrou maior preocupação acerca da influência das *fake news* na opinião das pessoas, demonstrando um perfil mais cuidadoso no combate à disseminação das informações falsas em relação aos mais jovens.

Com relação ao grau de escolaridade, a maioria dos participantes demonstrou preocupação acerca da verificação das fontes dos conteúdos consumidos, da mesma maneira que afirmaram depositar um certo grau de confiança nos mesmos, refletindo a capacidade das *fake news* de influenciarem até mesmo as pessoas mais instruídas.

A conclusão que se chega é de que as *fake news* podem interferir na opinião das pessoas, independente de formação ou faixa etária. Ainda que o público mais velho seja mais propenso a acreditar e compartilhar informações falsas, qualquer pessoa pode se tornar vítima destas, principalmente quando relacionadas a assuntos de seu interesse.



Os objetivos específicos foram alcançados e contribuíram para compreender que, apesar de ter consciência da importância da checagem das informações, nem todas as pessoas realizam a prática. Em contrapartida, foi possível perceber que não há relação entre faixa etária e nível de confiança nos conteúdos consumidos nas redes. Ainda que os mais velhos demonstrem um perfil mais vulnerável, de acordo com os dados desta pesquisa, ficou claro que o nível de confiança nas redes sociais é maior entre os mais jovens. Essa afirmação pode ser validada com a tese da cognição cultural, que associa nossos valores e crenças pessoais à forma como interpretamos os acontecimentos. Comportamento muito comum em épocas eleitorais, quando sujeitos utilizam-se de posicionamentos políticos para reafirmar suas ideologias, mesmo não sendo bem vistas pela sociedade.

Conclui-se, portanto, que as *fake news* não só atingem diferentes grupos etários, como podem influenciar pessoas com maior formação. Ou seja, o critério escolaridade não elimina os riscos das pessoas se tornarem vítimas da desinformação. Além disso, vimos que as redes sociais são o meio de comunicação mais comum atualmente, de maior alcance entre as pessoas e, portanto, ambiente propício para disseminação das *fake news*.

Espera-se que os resultados desta pesquisa sejam relevantes para estudos futuros, que as ferramentas de checagem de fatos sejam mais utilizadas e que haja o despertar do senso crítico, possibilitando o questionamento e busca pela verdade, a fim de controlar os prejuízos causados pela proliferação das informações falsas.

REFERÊNCIAS

AMBINDER, D. M.; MARCONDES, C. H. As potencialidades da web semântica e web 2.0 para a ciência da informação e os novos formatos de publicações eletrônicas para a pesquisa acadêmico-científica. EDICIC, San José-Costa Rica, v. 1, n. 4, p. 342-362, out./dez. 2011. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3867331>>. Acesso em: 20 mai. 2023

AZEVEDO, I. E. M. Eleições 2.0: fake news e pós verdade na eleição presidencial de 2018. 2020.

BRIDLE, J. (2019). A nova idade das trevas: a tecnologia e o fim do futuro. São Paulo, SP: Todavia.

BRITO, V. P; PINHEIRO, M. M. K. Poder informacional e desinformação. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB), 16., 2015. Anais eletrônicos... João Pessoa: ANCIB, 2015



CHAVES, M., & BRAGA, A. (2019). A pauta da desinformação: “fake news” e análise de categorizações de pertencimento na eleição presidencial brasileira em 2018. *Brazilian Journalism Research*, 15(3), 498-523.

CIRIACO, D. Qual a diferença entre Internet e World Wide Web? CanalTech. 25 ago. 2016. Disponível em: <https://arquivo.canaltech.com.br/entretenimento/qual-a-diferenca-entre-internet-e-world-wide-web/> Acesso em: 09 jul. 2023

DELBIANCO, N. R.; VALENTIM, M. L. P. Sociedade da informação e as mídias sociais no contexto da comunicação científica. *AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento*, v. 11, p. 1-11, 2022.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. 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.

DEMARI, C. L.; SCHEUER, L. Análise das fake news na inferência do cotidiano das pessoas. *Brazilian Journal of Business*, v. 4, n. 1, p. 508-527, 2022.

EYSENBACH, Gunther. Infodemiology: The epidemiology of (mis) information. *The American journal of medicine*, v. 113, n. 9, p. 763-765, 2002.

FAGUNDES, V. O. et al. Jovens e sua percepção sobre fake news na ciência. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, v. 16, 2021.

FAUSTINO, A. Fake News: A liberdade de expressão nas redes sociais na sociedade da informação. Lura Editorial, 2020.

FIGUEIREDO, E. B. L. de et al. Influenciadores da desinformação nas pandemias de gripe espanhola e Covid-19: um estudo documental. *Revista Brasileira de Educação Médica*, v. 46, 2022.

FRAZÃO, A. O negócio das fake news e suas repercussões: uma leitura do problema à luz do livro ‘As Origens do Totalitarismo’ de Hannah Arendt. Jota, São Paulo, 22 jul. 2020. Tecnologia. Disponível em: https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/onegocio-das-fake-news-e-suas-repercussoes-22072020>. Acesso em: 20 maio 2023

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, SP: Atlas, 2002.

GNIPPER, P. A Evolução das redes sociais e seu impacto na sociedade. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/a-evolucao-das-redes-sociais-e-seu-impacto-na-sociedade-parte-3-109324/>> Acesso em: 20 maio 2023

GOMES, N. L. C. Uma análise acerca do fenômeno das fake news no processo eleitoral e suas interfaces com o direito fundamental à liberdade de expressão. 2018.



- KAHAN, D., BRAMAN, D., SLOVIC, P., GASTIL, J., & Cohen, G. (2008). Cultural cognition of the risks and benefits of nanotechnology. *Nature Nanotechnology*, 4, 87-90. doi: <https://doi.org/10.1038/nnano.2008.341>
- KAHAN, D. M. (2015). Climate-science communication and the measurement problem. *Advances in Political Psychology*, 36(51), 1-43. doi: <https://doi.org/10.1111/pops.12244>
- KAHAN, D., JENKINS-SMITH, H., & BRAMAN, D. (2010). Cultural cognition of scientific consensus. *Journal of Risk Research*, 14(2), 147-174.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo, SP: Atlas 2003.
- LANIER, J. (2018). Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais. São Paulo, SP: Intrínseca.
- LEVY, S. (2020). Facebook: the inside story. EUA: Blue Rider Press.
- LIMA, P.; AMARAL, É. EXISTEM FERRAMENTAS DIGITAIS CAPAZES DE REDUZIR A DISSEMINAÇÃO DAS FAKE NEWS?. *Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão*, v. 10, n. 2, 2018.
- MACEDO, N. D. Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa. São Paulo, SP: Edições Loyola, 1994.
- MEDEIROS, A. A ERA DA PÓS VERDADE: realidade versus percepção. São Paulo, Desenvolvendo Ideias na LLORENTE & CUENCA, 2017
- MINAYO, M. C. de S. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 1997
- MOREIRA, D. dos R. Um estudo da tecnologia Web 2.0. Monografia (Bacharelado em Ciências da Computação). Universidade Federal de Goiás. Catalão, p. 101. 2009.
- MOREIRA, R. Redes Sociais e seu impacto no comportamento humano. Profissionais TI. 8 jun. 2017 Disponível em: <<https://www.profissionaisiti.com.br/redes-sociais-e-seu-impacto-no-comportamento-humano/>>. Acesso em: 18 maio 2023.
- NATIONAL GEOGRAPHIC. O que é a síndrome de fomo, 2023. Disponível em: <<https://www.nationalgeographicbrasil.com/ciencia/2023/02/o-que-e-a-sindrome-de-fomo>> Acesso em: 18 maio 2023
- NEVES, F. Como o 'kit gay' ajudou Damares Alves a chegar ao primeiro escalão. *The Intercept Brasil*. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2018/12/11/kit-gay-damare-alves/> Acesso em: 20 maio 2023



OKADA, T. C. R.; DELBIANCO, N. R. Fake News: impactos e desafios enfrentados pela terceira idade. 2018.

OLIVEIRA, J. Brasil chega à marca de 700 mil mortes por Covid-19. Ministério da Saúde, 28 mar. 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/brasil-chega-a-marca-de-700-mil-mortes-por-covid-19>>. Acesso em: 21 maio 2023

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. 2020.

PARISER, E. The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You. The Penguin Press. New York. 2011.

PEREIRA, G. T. de F.; COUTINHO, I. M. da S. WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado. Liinc em Revista, v. 18, n. 1, p. e5916-e5916, 2022.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: E-Compós. 2007.

PRIOR, H. Mentira e política na era da pós-verdade: fake news, desinformação e factos alternativos. Comunicação Digital: media, práticas e consumos, p. 75-97, 2019.

RECUERO, R. Redes sociais na internet. Sulina, 2009.

RIPOLL, L; MATOS, J. C. M. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, v. 13, p. 2334-2349, 2017.

ROCHA, E.; ALVES, L. M. Publicidade Online: o poder das mídias e redes sociais. Revista Fragmentos de Cultura-Revista Interdisciplinar de Ciências Humanas, v. 20, n. 2, p. 221-230, 2010.

RODRIGUES, D. A. C. A importância da inclusão digital para a terceira idade. Anais VI CONEDU... Campina Grande: Realize Editora, 2019. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/58433>>. Acesso em: 09 jul. 2023.

ROTHKOPF, D. J. When the buzz bites back. The Washington Post, vol. 11, pp. B1-B5, 2003

SANTOS, Rodrigo Otávio dos. Algoritmos, engajamento, redes sociais e educação. Acta Scientiarum. Education, v. 44, 2022.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. Mt. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Florianópolis: UFSC/PPGEDP/LED, 2000

SILVA, M. A. T. da; PINHO NETO, J. A. S. de; DIAS, Guilherme Ataíde. Arquitetura da Informação para quê e para quem?: uma reflexão a partir da prática em ambientes



informacionais digitais. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, v. 18, n. 37, p. 283-302, 2013.

STRIPHAS, T., 2015. Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies*, 18, p. 395–412. [Acesso em: 04 de abril de 2022]. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1367549415577392>.

TANCREDO, A. C. F. C. “KIT GAY”: RELEMBRE A POLÊMICA SOBRE A CARTILHA . *Gazeta do Povo*. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/kit-gay-relembre-a-polemica-sobre-a-cartilha/> Acesso em: 20 maio 2023

TEIXEIRA, J. F., 1998. *Mentes e máquinas: uma introdução à ciência cognitiva*. Porto Alegre: Artes Médicas.

TELLES, A. *A revolução das mídias sociais*. São Paulo: M. Books, p. 9, 2010.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 1997.

WARDLE, C., & DERAKHSHAN, H. (2017). Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe Report*

WHATSAPP. *Whatsapp*, 2023. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/stayconnected/>. Acesso em: 16 jun. 2023

WESENDONCK, T.; DA SILVEIRA JACQUES, L. D. Desordem informacional: uma análise sob o olhar das características do fenômeno e da responsabilidade civil no Brasil. *Pensar-Revista de Ciências Jurídicas*, v. 27, n. 2, p. 13-13, 2022.

ZARZALEJOS, J. A. *A ERA DA PÓS VERDADE: realidade versus percepção*. São Paulo, Desenvolvendo Ideias na LLORENTE & CUENCA, 2017



APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

13/06/2023, 08:42

Como nos comportamos diante das Fake News?

Como nos comportamos diante das Fake News?

TERMO DE CONSENTIMENTO: As

respostas deste questionário serão utilizadas somente para fins acadêmicos. Sua participação deverá acontecer de forma voluntária, podendo desistir a qualquer momento, sem nenhuma penalidade. Mesmo não havendo nenhum custo ou benefício financeiro com a mesma, sua participação irá contribuir para melhor compreensão do fenômeno estudado e para produção de conhecimento científico.

Os resultados desta pesquisa serão publicados em trabalho científico, sem possibilidade de identificação dos participantes, que também são anônimos para os pesquisadores. Ao prosseguir, você concorda com o termo.

** Indica uma pergunta obrigatória*

1. **Idade: ***

Marcar apenas uma oval.

☐ 18 - 29

☐ 30 - 45

☐ 46 - 59

☐ 60 ou mais



13/06/2023, 08:42

Como nos comportamos diante das Fake News?

2. **Nível de Escolaridade:** *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Fundamental Incompleto
- ☐ Fundamental Completo
- ☐ Médio Incompleto
- ☐ Médio Completo
- ☐ Superior Incompleto
- ☐ Superior Completo
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutorado

3. **Gênero:** *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Prefiro não dizer
- ☐ Outro: _____

4. **Possui o hábito de ler notícias através da Internet? Se sim, marque as opções que costuma utilizar para se manter informado (Pode marcar mais de uma):** *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Redes sociais
- ☐ Sites e perfis jornalísticos
- ☐ Plataformas de vídeo
- ☐ Aplicativos de mensagens instantâneas (WhatsApp, Telegram, etc.)
- ☐ Outro: _____

<https://docs.google.com/forms/d/1fDnc8PR-Ak4HXQ8UsBMV8Kr18dN8XXVhEm8sGAnZCfM/edit>

2/7



13/06/2023, 08:42

Como nos comportamos diante das Fake News?

5. **Costuma RECEBER notícias através das redes sociais e aplicativos de mensagem?** *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

6. **Caso tenha respondido 'Sim', com que frequência costuma receber?**

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Diariamente
☐ Quase todos os dias
☐ Pelo menos, uma vez por semana
☐ Uma vez por mês

7. **Costuma COMPARTILHAR notícias através das redes sociais e aplicativos de mensagem?** *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

8. **Caso tenha respondido 'Sim', com que frequência costuma compartilhar?**

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Diariamente
☐ Quase todos os dias
☐ Pelo menos, uma vez por semana
☐ Uma vez por mês

<https://docs.google.com/forms/d/1fDnc8PR-Ak4HXQ8UsBMV8Kr18dN8XXVhEm8sGAnZCfM/edit>

3/7



13/06/2023, 08:42

Como nos comportamos diante das Fake News?

9. **Quais destas plataformas você utiliza em seu dia a dia? (Pode marcar mais de uma opção)** *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Facebook
- ☐ Whatsapp
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ TikTok
- ☐ Telegram
- ☐ Youtube

10. **Costuma confiar nos conteúdos que consome através delas? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Confio, pois sei que são plataformas sérias
- ☐ Geralmente acredito, a maioria dos conteúdos são reais
- ☐ Sempre desconfio, divulgam bastante conteúdo suspeito

11. **Tem o hábito de checar a fonte das notícias que lê na Internet? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Não, nunca faço isso
- ☐ Às vezes confirmo de onde vem a informação
- ☐ Sempre verifico a fonte da notícia

12. **Você sabe o que são Fake News? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não



13/06/2023, 08:42

Como nos comportamos diante das Fake News?

13. **Acredita que as Fake News podem influenciar a opinião das pessoas? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

14. **Você já mudou de opinião após receber alguma notícia através da internet? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

15. **Você costuma verificar se a notícia é verdadeira antes de compartilhá-la? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

16. **Se respondeu Sim, o que costuma fazer para identificar se a notícia é falsa?**

<https://docs.google.com/forms/d/1fDnc8PR-Ak4HXQ8UsBMV8Kr18dN8XXVhEm8sGAnZCfM/edit>

5/7



13/06/2023, 08:42

Como nos comportamos diante das Fake News?

17. **Você já ACREDITOU em alguma notícia e depois descobriu que não era verdadeira?** *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

18. **Você já COMPARTILHOU alguma notícia e depois descobriu que não era verdadeira?** *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

19. **Na sua opinião, o que leva as pessoas a compartilharem notícias falsas?** *
(Pode marcar mais de uma opção)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Por acreditarem fielmente naquela informação
☐ Para se divertirem
☐ Para prejudicar algum indivíduo ou causa
☐ Não sei opinar
☐ Outro: _____

20. **Caso receba alguma notícia suspeita através das redes sociais, o que costuma fazer?** *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Compartilho com meus contatos, pois sei que é de interesse de todos
☐ Envio somente para os que podem se interessar
☐ Desconfio, mas repasso. Caso não seja verdade, é só ignorar
☐ Não repasso e espero a notícia ser confirmada por algum portal de confiança

<https://docs.google.com/forms/d/1fDnc8PR-Ak4HXQ8UsBMV8Kr18dN8XXVhEm8sGAnZCfM/edit>

6/7



13/06/2023, 08:42

Como nos comportamos diante das Fake News?

21. **Se algum contato enviar uma notícia que você sabe que é FALSA, como você reage?** *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Alerto a quem me enviou que a informação não é verdadeira
- ☐ Não repasso, mas também não aviso a quem enviou
- ☐ Compartilho com meus contatos alertando de que se trata de Fake News

22. **Em quais setores você acha que as Fake News podem causar maiores impactos? (Pode marcar mais de uma opção)** *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Saúde
- ☐ Educação
- ☐ Política
- ☐ Economia
- ☐ Outro: _____

23. **Na sua opinião, quais os impactos causados pela disseminação das Fake News?** *

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

<https://docs.google.com/forms/d/1fDnc8PR-Ak4HXQ8UsBMV8Kr18dN8XXVhEm8sGAnZCfM/edit>

7/7