



GT – INFORMAÇÃO E SOCIEDADE

Modalidade da apresentação: Comunicação oral

A ERA DA DESINFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS E NA ATUALIDADE

Flávia Figueiredo de Oliveira¹
Taíse Costa da Silva²

RESUMO

A desinformação nos dias atuais, principalmente nos ambientes digitais, já é considerada um grande problema do século XXI. O presente artigo tem como objetivo contextualizar e conceituar o que são mídias sociais e o fenômeno da desinformação presentes nessas mídias, apresentar como se estabelece a desinformação nas mídias sociais e na atualidade, as suas consequências e o que está sendo feito para combater e diminuir os efeitos das notícias falsas. Para a fundamentação do artigo foi utilizado textos da área da Ciência da informação e Biblioteconomia que tratam sobre os assuntos de mídias sociais e desinformação. Através da leitura e análise dos textos foi percebido que as mídias sociais contribuem de maneira significativa para a interação e o compartilhamento de informações na internet e por este tornou-se um canal de fonte de informação rápida e acessível, porém as informações presentes nos recursos digitais nem sempre são totalmente confiáveis. Muitas pessoas acreditam que a desinformação ou as notícias falsas surgiram com o advento da internet, porém no século XVIII já existia a desinformação ligada ao contexto da informação nas publicações de periódicos da época. Concluiu-se através deste trabalho que as mídias sociais digitais cooperam para o compartilhamento de informação, mas, que nem sempre, tais informações são verdadeiras ou relevantes, por isso é preciso ter total atenção ao compartilhar informações. A desinformação e as *Fake News* têm cooperado para o crescimento da intolerância, preconceito e extremismo nas redes sociais, além de contribuir para uma polarização política e social causando consequências graves para toda a sociedade. Por este motivo, agências de comunicação, informação e interação já tem construído meios para amenizar e combater as notícias falsas nos meios digitais.

Palavras-Chave: Desinformação nas mídias sociais. *Fake News*. Compartilhamento de informações.

1 INTRODUÇÃO

O uso da informação sem critérios éticos e críticos está nos levando à desinformação de uma maneira muito rápida e muito preocupante. Os critérios avaliativos utilizados para as pesquisas nas fontes de informação estão em uma

¹ Graduanda em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN.

² Graduanda em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN.

intensidade pouco desejável. E o grande crescimento da desinformação está ganhando cada vez mais força através das mídias sociais, após o advento da internet. Atualmente, a internet é o ambiente propício, pelo fato de ser um canal de fonte de informação acessível e muito rápido para o compartilhamento de informações.

As mídias sociais, que são os meios de comunicação dos quais as pessoas interagem, nos dias atuais, exercem um grande poder na sociedade por causa das vantagens oferecidas como a grande interação entre as pessoas e a facilidade de compartilhamento de informações via internet, tornando-se assim um canal de fonte de informação veloz e acessível para todos, porém, é necessário ressaltar que nem todas as informações apresentadas nesses ambientes são totalmente seguros e confiáveis.

Porém, é importante ressaltar que:

As mídias sociais são entendidas hoje como interação social mediada por TIC. A conectividade é o fator primordial para a popularização das mídias sociais digitais, elas atualmente são atividades que permitem a criação e o compartilhamento de textos, fotos, vídeos, áudios etc. em meio digital. Portanto, é relevante salientar a distinção entre mídias sociais e mídias sociais digitais. A interatividade entre os membros e a disponibilização dessa informação depende de diversas variáveis que estão atreladas às restrições tecnológicas da mídia utilizada e da vontade do autor/ compartilhador do registro, que, a princípio, ao opinar, compartilha parte de sua história e de seu entendimento de mundo (GOTTSCHALG-DUQUE, 2017, p.162).

Nesse contexto, a consolidação desse fenômeno é preocupante, pois está cada vez mais ganhando força nesse ambiente da era da informação, que contraditoriamente passou a ser a era da pós-verdade.

E, que a desinformação e as *Fakes News* estão sendo vistas e estudadas por algumas agências de comunicação que estão buscando maneiras para combater, atenuar e diminuir o crescimento das notícias falsas nesses ambientes, principalmente os ambientes digitais.

2 MÍDIAS SOCIAIS

O ser humano é dinamicamente comunicativo e possui grande desejo e necessidade de comunicar-se e relacionar-se com os outros seres em seu dia-a-dia. Ao longo da história, os tipos de interação entre os homens se deram por diversas maneiras (a fala, a escrita), porém nos dias atuais as formas de comunicação vêm mudando para uma forma mais dinâmica, principalmente depois do advento da internet.

O ser humano possui necessidade de se relacionar com as pessoas, e a forma como isso acontece pode ser diversificada, principalmente nos dias de hoje. O convívio em grupos com os mesmos ou diferentes interesses pode trazer inúmeras vantagens, se bem aproveitado. Esse convívio pode se dar por meio de associações de bairros, escolas, grupos políticos e outros. Um dos meios que vêm se destacando nos últimos anos é a mídia social, que dá suporte às redes sociais na internet (CIRIBELI; PAIVA, 2011, p. 59).

Muitas pessoas confundem o termo mídias sociais e redes sociais, porém Ciribeli e Paiva (2011) destacam que o termo redes sociais possui um contexto mais antropológico, voltado, principalmente, para as diversas formas de interação entre os homens, seja em um contexto digital ou analógico. "As redes sociais existem em todos os lugares e podem ser formadas por pessoas ou organizações que partilham valores e objetivos comuns. Não são limitadas a uma estrutura hierárquica ou meio e podem estar na escola, no trabalho, na música, na política e até mesmo na família" (CIRIBELI; PAIVA, 2011, p. 59). Continuando no mesmo pensamento de Ciribeli e Paiva (2011), podemos perceber que o enquadramento do termo mídias sociais se encontra melhor difundido dentro do meio digital, ou seja, "mídia social é o meio que determinada rede social utiliza para se comunicar" (CIRIBELI; PAIVA, 2011, p. 59).

Em contrapartida, Gottschalg-Duque (2017) destaca que o termo mídias sociais são os meios de interação que os grupos ou comunidades com interesses comuns utilizam para comunicar-se. Ele ressalta também que "alguns autores utilizam o termo 'redes' para definir tipos específicos de mídias sociais digitais, como o *Facebook*, por exemplo, (BOYD; ELLISON 2007 apud GOTTSCHALG-DUQUE, 2017) – cujos membros produzem e trocam informação entre si sobre determinado

tópico/assunto específico". Abordando tudo isso, Gottschalg-Duque aponta que "as mídias sociais são entendidas hoje como interação social mediada por TIC" (GOTTSCHALG-DUQUE, 2017, p. 162), ou seja, o termo mais apropriado para descrever os recursos digitais da web 2.0 nos dias atuais é **mídias sociais digitais**, pois a sua interação ocorre através das tecnologias da informação e comunicação (TICs).

Atualmente, podemos perceber como os recursos digitais da web 2.0 (*Facebook, Twitter, Instagram*, entre outros) têm construído redes de relacionamentos e interação entre as pessoas, fazendo com que os indivíduos possam compartilhar momentos da sua vida pessoal com as diversas pessoas que compõem sua rede de afetividade. "Compartilhar informações via mídias sociais tornou-se algo trivial, sobretudo para a geração de nativos digitais" (CONDE; ALCARÁ, 2018, p. 1611). Butarello et al. (2010 apud CONDE; ALCARÁ, 2018, p. 1612) descreve o ato de compartilhar como um desejo de tornar a informação pública aos outros, sendo, assim, o comportamento é inerente do ser humano.

Através deste pensamento Alcará et al. (2009) pontua os principais elementos que influenciam as pessoas a compartilhar informações:

a) natureza do conhecimento - envolve os diferentes tipos de conhecimento, por exemplo o explícito e o tácito; b) motivação para compartilhar – recebe influência de aspectos internos e externos. Nos internos as atitudes e ações para o compartilhamento tem origem na própria pessoa, não dependendo de incentivos externos. Podem ser exemplos, os valores, as crenças e os interesses em comum, que influenciam as relações de confiança, amizades e afinidades. Já os externos envolvem a necessidade de recompensa e reciprocidade para o compartilhamento acontecer; c) oportunidades para compartilhar - que podem surgir de canais de aprendizado intencional ou de canais de relacionamentos; e d) cultura do ambiente de trabalho - que é constituída pelos três primeiros fatores, assim como os influencia (ALCARÁ et al., 2009 apud CONDE; ALCARÁ, 2018, p. 1612).

Além disso, Akaichi (2014) citado por Conde e Alcará (2018, p. 1613) afirma que alguns comportamentos estão envolvidos no ato de compartilhar informação, como: "o altruísmo do indivíduo, o benefício mútuo entre os agentes envolvidos na troca e a elevação da reputação daquele que compartilha" (AKAICHI, 2014, p. 39 apud CONDE; ALCARÁ, 2018, p. 1613).

É importante destacar a importância que estas mídias sociais digitais têm para facilitar o compartilhamento não só de informações pessoais entre pessoas da mesma “rede”, mas também no compartilhamento de notícias mundiais e locais, tornando-se, assim, um meio de fonte de informação rápida e fácil. Gottschalg-Duque (2017) salientou o grande potencial jornalístico dos meios sociais digitais, principalmente do *Facebook* e do *Twitter*. Além do grande poder de difusão e disseminação de informações por parte dessas mídias sociais, é importante destacar que o acesso à internet e a popularização das mídias sociais deram voz a uma parte da população mundial que é marginalizada e excluída, ou seja, os meios digitais são, atualmente, um canal de representação e de articulação das minorias sociais, uma forma de torná-los visíveis e estabelecer participação política atuante.

Conde e Alcará (2018, p.1613) citando Medeiros (2013) afirmam que:

As mídias sociais propiciaram a participação política de atores que são marginalizados das tomadas de decisões públicas; não fossem os dispositivos tecnológicos e as plataformas desenvolvidas, que minimamente permitem aproximação de representantes e representados. As mídias sociais dividem hoje espaço anteriormente ocupado pela imprensa. Informações que não chegavam aos cidadãos passam a integrar suas agendas, “trazendo ao imaginário a concepção de espaços de opinião pública, mobilização e participação” (MEDEIROS, 2013, p. 30 apud CONDE; ALCARÁ, 2018, p. 1613).

Como já foi abordado a pouco, as mídias sociais têm um grande poder jornalístico e por isso é compreendida como uma fonte de informação. Porém, é importante ressaltar que nem sempre as informações disponíveis e disponibilizadas nos recursos digitais são leais aos fatos verdadeiros, é de extrema importância questionar e sempre checar se os fatos considerados são realmente verídicos.

3 DESINFORMAÇÃO

Conde e Alcará (2018) definem desinformação como: “A informação que circula sem filtro ou critérios qualitativos”. Já para Brito (2015, p. 51 apud CONDE; ALCARÁ, 2018, p. 1614) a desinformação fundamenta-se em um princípio de ideias falsas e enganosas produzida por uma pessoa que tem a pretensão de causar decisões e atitudes equivocadas em outra pessoa ou em um grupo.

Desinformação consiste fundamentalmente em informações falsas, distorcidas ou enganosas fornecidas a um determinado adversário com a pretensão de que este tome decisões lastreadas por uma leitura equivocada de realidade. Pode ser traduzida, portanto, como o uso de mentiras com o propósito de iludir ou falsear (BRITO, 2015, p. 51 apud ALCARÁ, 2018, p. 1614).

A desinformação teve origem no contexto das guerras. Segundo Fallis (2015) citado por Zattar (2017) a desinformação teria surgido na Segunda Guerra Mundial no contexto da *Operation Bodyguard*, que tinha como intenção preservar o local do dia D. Já para Volkoff (2004) citado também por Zattar (2017) o termo teria surgido na Rússia no contexto do pós- Segunda Guerra Mundial ligado à prática do capitalismo. O termo *disinformation* só surgiu na língua inglesa em 1972 (ZATTAR, 2017, p. 288).

O assunto desinformação só passou a ser pauta das discussões científicas e sociais há pouco tempo, principalmente com o advento da internet e das mídias sociais digitais. Porém, não é de hoje que a desinformação ocorre.

Muitos autores relacionam a desinformação ao desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação e, especialmente, à internet e à *web*, que possibilita a participação de múltiplos atores na produção e no uso de informações. No entanto, esses tipos de informação sempre existiram e não são novidades típicas de uma organização social ou de um momento econômico específicos (ZATTAR, 2017, p. 286).

Segundo Darnton (2017) citado por Zattar (2017, p. 286) a desinformação no contexto da informação já acontecia com o aumento e o compartilhamento dos periódicos em Londres no século XVIII, ou seja, não é um fato recente. "A disseminação desse tipo de informação [notícias falsas] teve um crescimento acelerado no século XVIII em Londres, com o aumento da circulação de periódicos e a possibilidade de compartilhamento de diferentes tipos de notícias" (DARNTON, 2017 apud ZATTAR, 2017, p. 286, acréscimo das autoras).

A desinformação, principalmente nos meios digitais, já é considerada um grande problema do século XXI.

De acordo com Pacepa e Rychlak (2015) citado por Conde e Alcará (2017, p. 1615) "Para combater essa arma invisível, primeiro precisamos reconhecê-la pelo que

ela é e decifrar sua missão velada, uma vez que é costumeiramente apresentada em vestes civis inócuas".

Para ajudar a combater e a minimizar as consequências das *Fake News* várias agências de comunicação, interação e jornalismo tem oferecido serviço de verificação de dados, como: Lupa, Truco, Google Notícias (GARRETT, 2006 apud ZATTAR, 2017, p. 289), portal G1, entre outros.

Pensando nisso, *International Federation of Library Associations and Institutions* (IFLA) fez um infográfico para ajudar as pessoas a identificar notícias falsas antes de compartilhar o conteúdo.

FIGURA 1- Como identificar notícias falsas (IFLA).



Fonte: International Federation of Library Associations and Institutions – IFLA.

3.1 A DESINFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS E NA ATUALIDADE

Partindo das facilidades encontradas ao acesso à informação, principalmente após o advento da internet, que proporcionou as pessoas um acesso mais rápido e



mais vasto as informações, faz-se necessário vencer uma grande barreira que é a desinformação.

E, como estamos vivendo na era da informação, atualmente o ambiente mais utilizado pela maioria da população para uma comunicação mais rápida e com uma maior interação, é o ambiente das mídias sociais.

Segundo Corrêa e Custódio (2018, p. 198): "O cidadão conectado do Século XXI encontra-se em numa grande teia de conversação que articula, dialoga e troca informações incessantemente por meio de *softwares* e mídias que permitem esta comunicação".

Faz-se necessário e importante ressaltar os prejuízos para a sociedade mediante a gigantesca quantidade de informações disponíveis e de fácil acesso.

Contudo, o intenso fluxo de informação que circula pela internet apresenta riscos e prováveis prejuízos à sociedade. Diante dessa enorme quantidade de informação que nos chega às mãos de maneira cada vez mais fácil, a linha que separa uma pessoa bem informada de uma desinformada (ou mal informada) torna-se cada vez mais tênue, o que aumenta o alerta contra a alienação diante desse paradoxo da internet (CORRÊA; CUSTÓDIO, 2018, p. 198).

Mediante essas reflexões, atualmente, um dos maiores desafios é o de filtrar as informações para identificar a veracidade das notícias e das informações encontradas, porque a grande maioria da população está acostumada a compartilhar as informações sem realizar uma análise, gerando várias consequências como a desinformação nas mídias através da disseminação de *Fake News* nas redes sociais.

Todo esse contexto aponta a urgente necessidade de desenvolver habilidades para o acesso e uso da informação a fim de distinguir verdadeiras e falsas, bem como adquirir uma maior consciência social em relação à responsabilidade cidadã de replicar informações verídicas advindas de fontes consideradas fidedignas (CORRÊA; CUSTÓDIO, 2018, p. 199).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, as crescentes discussões científicas e sociais sobre a era da desinformação tem preocupado profissionais das mais variadas áreas. Eles alertam para a importância de filtrar as informações e identificar a sua veracidade antes de compartilhá-las, para evitar a desinformação e a propagação de *Fake News*, principalmente nas redes sociais. Como já foi abordado ao longo do texto as notícias falsas causam vários prejuízos à sociedade, ocasionando consequências graves como o preconceito, a intolerância, entre tantas outras. Por isso é de extrema importância a utilização de critérios éticos por meio de padrões avaliativos para evitar o crescimento da desinformação e consequentemente das notícias falsas.

Concluimos ressaltando a importância da busca por informações e notícias verdadeiras e de qualidade, para que o compartilhamento das mesmas, principalmente nas mídias sociais, contribua para uma maior interação entre as pessoas, evitando possíveis prejuízos à sociedade.

REFERÊNCIAS

CIRIBELI, João Paulo; PAIVA, Victor Hugo Pereira. Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 13, n.12, p. 57-74, jan./jun. 2011. Disponível em: <
<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/509/504>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

CONDE, César Augusto Galvão Fernandes; ALCARÁ, Adriana Rosecler. Desinformação: qualidade da informação compartilhada em mídias sociais. In: Encontro nacional de pesquisa em Ciência da Informação, 19, 2018, Londrina/PR. **Anais eletrônicos...** Londrina/PR: ENACIB, 2018, p. 1610-1629. Disponível em:
<<http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIXENANCIB/xixenancib/paper/viewFile/1076/1512>>. Acesso em: 27 nov. 2018.

CORREIA, Elisa Cristina Delfini; CUSTÓDIO, Marcela Gaspar. A informação enfurecida e a missão do bibliotecário em tempos de pós-verdade: uma releitura com base em Ortega y Gasset. **RBBB. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 197-214, maio 2018. Disponível em: <
<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/777>>. Acesso em: 29 nov. 2018.



GOTTSCHALG-DUQUE, Cláudio. Bibliotecas e mídias digitais. In: RIBEIRO, Anna Caroline M. L.; FERREIRA, Pedro C. G. **Bibliotecas do século XXI: desafios e perspectivas**. Brasília: Ipea, 2017. p. 157-176.

IFLA. Como identificar notícias falsas. Disponível em: <
[https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/portuguese -
how to spot fake news.pdf](https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/portuguese-_how_to_spot_fake_news.pdf)>. Acesso em: 28 nov. 2018.

ZATTAR, Marianna. Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação. **Liinc em revista**, Rio de Janeiro, v.13, n.2, p. 285-293, novembro 2017. Disponível em: <
<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4075/3385>>. Acesso em: 28 nov. 2018.