

## O PARADIGMA SOCIAL DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO: O FENÔMENO DA PÓS-VERDADE E AS FAKE NEWS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Mirela Souza Tobias<sup>1</sup>  
Elisa Cristina Delfini Corrêa<sup>2</sup>

**Resumo:** Os avanços tecnológicos trouxeram mudanças significativas no contexto da ciência da informação, entre as novas ferramentas, destaca-se as mídias sociais. Elas têm sido muito utilizadas por facilitar o processo de comunicação e disseminar rapidamente informações. A partir dessas mídias, frequentemente são espalhadas notícias falsas (*fake news*), assim também se verifica com frequência a ocorrência de uma forte adesão a esse tipo de inverdades, o que chamamos de fato alternativo. O artigo discute a relação entre o paradigma social da ciência da informação ao contexto atual das mídias sociais, em especial, no que tange aos fenômenos de *fake news* e pós-verdade.

**Palavras-chave:** Ciência da informação. Paradigma social. Mídias sociais. *Fake News*. Pós-verdade.

### 1 INTRODUÇÃO

A Ciência da Informação (CI) abrange diferentes dimensões, dentre elas, a dimensão social, discutida por diversos autores e, em especial para este artigo, por Capurro (2003). Inicialmente com forte caráter técnico, a CI recebeu ao longo de seu desenvolvimento interferências socioculturais acompanhando as mudanças da própria sociedade. Surgiram diferentes dispositivos informacionais e aspectos ideológicos e tecnológicos modificaram os diversos contextos culturais. Este artigo parte dessa dimensão para discutir o paradigma social da CI e correlacioná-lo com o contexto atual onde os avanços tecnológicos envolveram os indivíduos na geração, uso e interpretação das informações obtidas.

Devido à alta circulação de notícias e a interatividade que o ambiente digital proporciona, o processo social da informação tem sofrido influência do uso massivo das novas tecnologias, assim como dos novos métodos de comunicação entre os indivíduos e das notícias divulgadas nas mídias sociais. Esse fenômeno deve ser considerado pelos cidadãos, uma vez que é

---

<sup>1</sup> Mestre em Gestão da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina (PPGInfo/UDESC). Especialista em Gestão Pública. Assistente em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina. **E-mail:** mirelatobias1@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina. Mestre em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina. Graduada em Biblioteconomia pela Universidade do Estado de Santa Catarina. **E-mail:** elisacorrea61@gmail.com



necessário estarem atentos as interferências do ambiente virtual. Por existir grande circulação de notícias nas mídias sociais, há uma tendência, por parte de alguns indivíduos, em acreditar que estão bem informados por terem acesso diariamente a muitas informações, no entanto, é de suma importância que esses participem de todo processo informacional, buscando as fontes, checando os fatos e dados das informações publicado em prol do aprendizado coletivo.

Verifica-se que podem ocorrer dificuldades na formação do conhecimento no ambiente virtual, tendo em vista a presença de notícias inverídicas e da facilidade com que os dados podem ser manipulados. Esses fatores, somados à tendência de deixar-se levar por convicções pessoais em detrimento da realidade do fato em si, tornam o ambiente da *web* um lugar propício para a geração e divulgação de informações não confiáveis.

Sob a perspectiva do paradigma social, este artigo busca refletir a respeito de como as mídias sociais interferem na constituição da sociedade contemporânea, em especial, a partir de dois fenômenos recorrentes no âmbito virtual: pós-verdade e *fake news*. Para tanto, foi realizado um levantamento bibliográfico para conhecer os estudos em torno desses temas, com intuito demonstrar as discussões em torno da disseminação de *fake news*, bem como evidenciar o quanto presente a pós-verdade está nas mídias sociais e o processo de desinformação que isso ocasiona<sup>3</sup>.

O presente artigo se propõe analisar o paradigma social, em especial, em relação às mídias sociais, haja vista vivenciarmos a era da pós-verdade, onde a presença de *fake news* tem sido uma constante neste ambiente. Busca trazer um alerta para que se tenha uma maior consciência e participação sociais no processo de gestão da informação. Define-se esta pesquisa como do tipo exploratória, de natureza qualitativa, onde preocupou-se em estabelecer uma relação entre conceitos baseando-se no levantamento bibliográfico e no aprimoramento de ideias.

---

<sup>3</sup> Este estudo é parte integrante do referencial teórico de dissertação de mestrado que analisa o uso de *fakenews* na mídia social Facebook durante o período de campanha eleitoral para presidência do Brasil em 2018, disponível no link [http://www.faed.udesc.br/arquivos/id\\_submenu/3015/mirela\\_souza\\_tobias\\_dissertacao.pdf](http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/3015/mirela_souza_tobias_dissertacao.pdf)



## 2 O PARADIGMA SOCIAL DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO: UMA BREVE INTRODUÇÃO

Dentre os principais autores que buscam conceituar e analisar a CI, Saracevic (1996) apresenta uma análise a partir de seu enfoque contemporâneo, conceituando-a como um campo de estudos e atividades voltado às ações científicas e à prática profissional, focado nos problemas relacionados a comunicação do conhecimento e de seus registros entre os indivíduos. Aborda as necessidades de informação tanto no contexto social, como no institucional ou individual, além disso valoriza o uso das modernas tecnologias informacionais.

Wersig e Neveling (1975) defendem que a responsabilidade social se tornou o verdadeiro princípio da CI, ou seja, transmitir conhecimento para aqueles que dele necessitam. Macedo (2013) entende que, a CI tem focado seus esforços em analisar os fatores ligados à informação e à sociedade, haja vista alguns autores passaram a analisá-la como um fenômeno humano e social, aproximando-a das Ciências Sociais.

Há três particularidades que fundamentam a evolução e a razão de existência da CI: primeiramente ela é, por natureza, interdisciplinar, não obstante os relacionamentos com outras disciplinas estejam se modificando. Além disso, encontra-se indiscutivelmente ligada à tecnologia da informação, já que a transformação tecnológica trouxe a mudança da sociedade moderna em sociedade da informação (SARACEVIC, 1996). Por fim, a CI apresenta uma forte dimensão social e humana que extrapola a tecnologia. Logo, essas três especialidades compõem um modelo para compreensão do passado, presente e futuro da CI, assim como das dificuldades e demandas que ela enfrenta.

Entre os estudos e análises que abrangem a ascensão da CI, sua construção teórica e prática, destacam-se a estrutura paradigmática da Ciência da Informação defendida por Capurro (2003) na qual a CI desenvolveu-se sob três grandes paradigmas: o físico, o cognitivo e o social. O primeiro é focado na informação em seu sentido extremamente técnico, enquanto o segundo concede visibilidade ao indivíduo, mas como sujeito cognoscente ao analisar de que forma os processos informativos transformam ou não o usuário da informação. Por fim, o autor apresenta o paradigma social, que estuda de forma conjunta todo processo social da informação (o sistema de recuperação, o usuário e a própria informação). Quanto a esse último paradigma, destacamos a opinião de Capra (1996, p.16): “[...] o paradigma social é uma



constelação de concepções, de valores, de percepções e de práticas compartilhados por uma comunidade, que dá forma a uma visão particular da realidade, a qual constitui a base da maneira como a comunidade se organiza”.

Dessa forma, o paradigma social engloba o ambiente em que o usuário está inserido e leva a CI para um enfoque mais interpretativo, centrado no significado da informação e nas relações entre os discursos. Nascimento e Marteleto (2004) nos informam, de maneira mais detalhada, como se dá a constituição do paradigma social:

Neste cenário, entende-se que as dimensões históricas, culturais, econômicas, tecnológicas, sociais e políticas são pré-condições para o entendimento da ‘informação’. Assim, a informação deve ser referenciada à historicidade dos sujeitos, ao funcionamento das estruturas e das relações sociais e aos sujeitos que executam ações. Isto é, a potencialidade de se ver a informação constituída como problema da sociedade, configurado como um fenômeno da ordem cultural e da humanidade (NASCIMENTO; MARTELETO, 2004, p. 3).

Capurro (2003, p. 9) aponta uma consequência da adoção do paradigma social, que é “o de abandonar a busca de uma linguagem ideal para representar o conhecimento ou de um algoritmo ideal para modelar a recuperação da informação, como aspiram o paradigma físico e o cognitivo”. Por conseguinte, preza-se pela diversidade dos contextos dos sujeitos tendo em vista o fornecimento de pontos de acessos distintos de acordo com o interesse do usuário ou da comunidade. Existe uma integração entre a perspectiva cognitiva (individualista) e o paradigma social em que diferentes sujeitos, vinculados à sua comunidade, adotam seus critérios de seleção e significância (CAPURRO, 2003).

Deparamo-nos na atualidade com o conhecimento interativo e o paradigma social da CI, onde os sujeitos estão imersos em ambientes sóciotecnológicos com diversas formas de linguagem e rápida disseminação de informações. Em tempos de pós-verdade e *fake news*, o paradigma social precisa conviver com as novas ferramentas tecnológicas, com a explosão informacional e as mídias sociais, sendo que é necessário que a sociedade saiba filtrar e apurar a veracidade das fontes, para que se possa fazer bom uso de toda informação.

### 3 PÓS-VERDADE E FAKE NEWS NA LITERATURA DE CI

A fim de conhecer melhor o cenário de estudos sobre *fake news* e pós-verdade pela área de CI, foi realizada durante os meses de agosto e setembro de 2018, uma revisão da

literatura nas seguintes bases de dados: BRAPCI (Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação) e BENACIB (Repositório dos Encontros Nacionais de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação) foram as nacionais escolhidas e no âmbito internacional as selecionadas foram: *SciELO*, *Web of Science*, *Library and Information Science (LISA)*, *SCOPUS*, *Information Science & Technology Abstracts (ISTA)*, *EMERALD* e *Library, Information Science & Technology*.

Para a busca nas bases de dados nacionais foram utilizados os termos “fake news”, “pós-verdade” e “desinformação” e os correspondentes em inglês “post-truth” e “misinformation” para a pesquisa nas bases informacionais. Foram recuperados 232 artigos que resultaram num *corpus* final de apenas 33 artigos, selecionados a partir de leitura de seus conteúdos para a identificação da menção sobre a relação entre fake news, pós-verdade e desinformação com as novas tecnologias e o ambiente virtual.

Os resultados demonstram que o termo *fake news* foi mais recorrente que os termos pós-verdade e desinformação, mas que tais conceitos estão relacionados. No quadro abaixo, segue um resumo desse levantamento, onde foi relatado as bases de dados, os termos de buscas, os números de itens recuperados e selecionados. Na maioria das bases optou-se por utilizar termos de busca em inglês devido a origem da palavra *fake news* e a falta de resultados encontrados quando escrito os termos em português.

Quadro 1- Resumo da busca em base de dados

BASE DE DADOS	TERMOS DE BUSCA	ITENS RECUPERADOS	ITENS SELECIONADOS
BRAPCI	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade”	23	04
BENANCIB	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade”	02	00
SCIELO	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade”	04	02
WEB OF SCIENCE	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade” “fake news” or “misinformation” or “post-	00	00
		43	05

	truth”		
<b>LISA</b>	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade”	01	00
	“fake news” or “misinformation” or “post- truth”	55	04
<b>EMERALD INSIGHT</b>	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade”	00	00
	“fake news” or “misinformation” or “post- truth”	27	04
<b>ISTA</b>	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade”	00	00
	“fake news” or “misinformation” or “post- truth”	03	00
<b>Library, Information Science &amp; Technology</b>	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade”	00	00
	“fake news” or “misinformation” or “post- truth”	08	01
<b>SCOPUS</b>	“fake news” or “desinformação” or “pós- verdade”	00	00
	“fake news” or “misinformation” or “post- truth”	66	13

Fonte: Elaborado pelos autores

Os estudos identificados nas bases de dados nacionais BRAPCI e BENACIB relacionaram, de maneira geral, os avanços tecnológicos com a disseminação de *fake news* e o fenômeno da pós-verdade, destacando que a presença desses acarreta o desenvolvimento de um ambiente virtual propenso a desinformação.

Paula, Silva e Blanco (2018) indicam a candidatura de Trump em 2016 como primordial para discussão a respeito da proliferação de *fake news*. Tais autores realizaram uma análise a partir de duas *fake news* disseminadas em plataformas digitais e aplicativos digitais. A



conclusão foi que o apelo popular de uma notícia falsa é um gatilho catalisador para que os eleitores se apropriem de uma informação inverídica. Ripoll e Matos (2017) chamam de epidemia de zumbi o comportamento de quem consome e dissemina desinformação no âmbito digital, indicam como solução para esse problema, o fomento a inteligência coletiva e o estímulo a reflexão crítica dos indivíduos.

Moretzsohn (2017) defende que a era da informação influencia na formação de bolha sociais e que a articulação de ações presenciais e virtuais ajudaria a combater essa situação, sendo necessário demonstrar aos cidadãos a importância de se certificar da veracidade das informações. Pinheiro e Brito (2014) buscam o sentido da palavra desinformação, em vista disso criticam a internet, indicando-a como principal responsável pelo atual fenômeno da desinformação. Já que ela permite capilarizar a propagação de notícias de baixo valor cultural, sendo nada significativas para formação do intelecto dos indivíduos.

Assim como no Brasil, estudiosos internacionais (CIAMPAGLIA; MANTZARLIS; MENCZER, 2018; KAUFMAN, 2017; MORETZSOHN, 2017; PAUL, 2017) apontaram como principal agravante para disseminação de *fake news*, as inovações tecnológicas, especialmente as mídias sociais (DELMAZO; VALENTE, 2018; LEWANDOWSKY; ECKER; COOK, 2017; PANGRAZIO, 2018), já que segundo Cooke (2017), Fernandes (2017), Hulvi (2018) e Spohr (2017), os gestores dessas mídias utilizam os algoritmos de maneira tendenciosa para conduzir seu funcionamento. É por meio de sistemas de personalização e de curadoria algorítmica (SPOHR, 2017) que as notícias são disponibilizadas no espaço, a fim de gerar interação com o indivíduo (PANGRAZIO, 2018).

Tal ação propicia a formação de bolhas sociais no ambiente digital (MORETZSOHN, 2017; SPOHR, 2017), nas quais os usuários tendem a filtrar notícias que atendam aos seus interesses (POURGHOMI *et al.*, 2017), crenças pessoais (WU; LIU, 2018) ou seus sentimentos (ALBRIGHT, 2017; ROCHLIN, 2017; SHIN *et al.*, 2018). Brady, Kelly e Stein (2017) relataram preocupação quanto à cultura do compartilhamento instantâneo, apenas baseado na manchete que mais lhe chama atenção e que corrobora com sua opinião, ignorando a importância de verificar a credibilidade da fonte e a veracidade da notícia.

Fernandez (2017) alegou que a alta disponibilidade do conteúdo fornecido pelo usuário na mídia social facilita a agregação de pessoas em torno de visões de mundo e narrativas. Tudo

isso contribui com a valorização de fatos alternativos (ALBRIGHT, 2017) em detrimento da realidade dos acontecimentos, fomentando assim, o fenômeno da pós-verdade (PAUL, 2017). Ademais, o uso da inteligência artificial (CIAMPAGLIA; MANTZARLIS; MENCZER, 2018) e de robôs para manipular o discurso político, o mercado de ações e o roubo de informações pessoais (BRADY; KELLY; STEIN, 2017), foram considerados fatores atenuantes à desinformação coletiva entre usuários conectados. Amoruso *et al.* (2017) estudaram como reconhecer uma desinformação a partir da identificação de fontes e do estabelecimento de limites para sua difusão.

Destaca-se que muitos pesquisadores (ANDERSON, 2018; CHULVI, 2018; COOKE, 2017; CRAMER, 2017; DELMAZO; VALENTE, 2018; GUO; VARGO, 2018; LEWANDOWSKY; ECKER; COOK, 2017; LOR, 2018; SHIN *et al.*, 2018) apontaram a eleição de 2016 dos EUA, mais precisamente a campanha de Donald Trump, como fato precursor da discussão em torno de pós-verdade e *fake news*, tendo em vista que Trump foi eleito após uma campanha na qual 70% de suas declarações foram classificadas como falsas (LOR, 2018). Além de relacionar com o caso dos EUA, Lor (2018), Chulvi (2018), Lewandowsky, Ecker e Cook (2017) associaram o fenômeno da desinformação com o referendo do Brexit, que discutiu a permanência do Reino Unido no grupo da União Europeia. Nesse cenário foi verificada intensa divulgação de *fake news* no ambiente digital, a fim de influenciar o voto dos cidadãos (LOR, 2017).

Foram poucas as discussões (CHULVI, 2018; CIAMPAGLIA; MANTZARLIS; MENCZER, 2018) que citaram a importância de se preservar a liberdade de expressão em tempos de mídias sociais e pós-verdade. Delmazo e Valente (2018) indicaram a existência de um documento elaborado pela ONU para que aquela seja respeitada, desde que não viole outros direitos.

Os estudos que assinalaram possíveis soluções para evitar a proliferação de *fake news* no ambiente virtual - a fim de combater o fenômeno da pós-verdade e a desinformação coletiva - convergiram em seus apontamentos. Cooke (2017), Pangrazio (2018) e Paul (2017) defenderam a importância de uma reflexão crítica por parte dos indivíduos que acessam as mídias sociais, no que se refere às informações que transitam em tal ambiente. Lewandowsky, Ecker e Cook (2017) indicaram a necessidade de um maior envolvimento social, por meio de

mobilização política e ativismo público. Ciampaglia, Mantzarlis e Menczer (2018) argumentaram que somente com educação a desinformação será combatida, enquanto Anderson (2018) e Rochlin (2017) denominaram de alfabetização informacional o que outros autores chamaram de reflexão crítica e educação. Albright (2017), Ciampaglia, Mantzarlis e Menczer (2018) evidenciaram a importância de se praticar o "factchecking", ou seja, checar a veracidade das informações, assim como consultar mecanismos que já realizam tal ato, como as agências de checagem.

Anderson (2018), Fernandez (2017) e Lor (2018) recomendaram o envolvimento das bibliotecas no combate à desinformação, salientaram a importância de se reforçar a relação entre bibliotecas, informação e democracia. Essa atuação precisa abranger o fornecimento de informações consistentes aos usuários, a construção de espaços seguros para discussões, a elaboração de cursos para aperfeiçoamento dos cidadãos (LOR, 2018). Creech e Roessner (2018) ressaltam o papel do jornalismo, uma vez que o valor da verdade emerge das condições sob as quais este é produzido, tanto comercial quanto cultural.

Quanto ao Facebook, foi citado por Craemer (2017) e Rochlin (2017) como um ambiente extremamente propício para a disseminação de *fake news* e desenvolvimento de bolhas sociais. Pourghomi *et al.* (2017) relataram que tal mídia social apresenta algumas sugestões para combater a propagação de desinformação, como dicas para checar a credibilidade do site ou fonte (BRADY; KELLY; STEIN, 2017) e mecanismos instalados dentro da plataforma para denunciar notícias identificadas pelos usuários como inverídicas. Pourghomi *et al.* (2017) analisaram uma das ferramentas construídas pelo Facebook para combater as "*fake news*", conhecida como 'Autenticar com o botão direito'. Apesar de ser possível delatar postagens duvidosas, os pesquisadores concluíram que isso não impede que elas sejam compartilhadas e que o mecanismo apresentou algumas falhas e restrições, já que a desinformação pode continuar a ser propagada na rede.

Quanto ao Twitter, também foram encontrados estudos (ALBRIGHT, 2017; SHIN *et al.*, 2018; WU; e LIU, 2018) que indicaram sua predisposição à disseminação de notícias inverídicas. Buntain e Golbeck (2017) propuseram um sistema automatizado para a detecção de falsas notícias em tópicos populares do Twitter. HUI *et al.* (2018) pesquisaram a difusão de *fake news* nessa plataforma nos anos de 2016 a 2017 e concluíram que

a desinformação digital inclui artigos sobre fraudes, teorias da conspiração, notícias falsas e outras alegações enganosas. Vosoughi, Mohsenvand e Roy (2017) desenvolveram um algoritmo para verificar rumores nesta rede, mas tal ferramenta apresentou limitações.

Dois estudos (BRADY; KELLY; STEIN, 2017; WASZAK; KASPRZYCKA-WASZAK; KUBANEK, 2018) alertaram para o grande problema que pode ocorrer, quando se há disseminação de *fake news* envolvendo assuntos relacionados a saúde pública. Waszak, Kasprzycka-Waszak e Kubanek (2018) coletaram dados entre 2012 a 2017 em diversas mídias sociais e constataram que as notícias falsas envolvendo temas como câncer, ataque cardíaco, derrame, hipertensão, diabetes, vacinações e AIDS, foram compartilhadas 450 mil vezes na internet. Logo, indicou-se a importância de se combater a desinformação, a crença em mitos médicos, teorias conspiratórias, pois isso têm impacto na tomada de decisão do cidadão quanto a adoção de medicamentos e tratamentos, a realização de exames clínicos, a vacinação contra doenças em geral.

Quanto a circulação de *fake news* envolvendo o campo político, somente duas pesquisas relataram estudos mais específicos sobre a disseminação dessas em período eleitoral nas mídias sociais. SHIN *et al.* (2018) analisaram 17 boatos relacionados a política, que transitaram no Twitter em 2012, ano de eleição no EUA. Verificaram que muitos desses são fatos antigos que ressurgem através de sites partidários que voltam a divulgá-los e que usuários influentes do Twitter os compartilham, aumentando sua visibilidade.

Constataram que os boatos, frequentemente, tem seu conteúdo alterado com o incremento de dados falaciosos na direção do exagero e sensacionalismo. Ademais, depararam-se com o compartilhamento de muitos sites externos, conhecidos por propagar boatos políticos em mídias sociais. Vargo, Guo e Amazeen (2017) examinaram o poder das notícias falsas, partindo de uma análise da presença delas no ambiente online entre 2014 a 2016. A pesquisa conclui que a mídia relacionada ao campo político, conhecida como mídia partidária, disseminou alto número de *fake news*, especialmente, em 2016, ano de eleição nos Estados Unidos.

A partir dos estudos identificados na literatura nacional e internacional, nota-se que tanto no Brasil quanto em outros países, as pesquisas são muito recentes (a maioria publicado em 2017 e 2018, somente uma publicação de 2014) e que, em seus conteúdos, predominam as

discussões teóricas em detrimento às pesquisas aplicadas. O que se defende é que as emoções, convicções e crenças pessoais influenciam no compartilhamento ininterrupto de notícias inverídicas e falaciosas. Além disso, ressaltam que as novas tecnológicas corroboram com o desenvolvimento de um ambiente virtual mais manipulável e alienante, devido sua propensão à formação de bolhas sociais.

#### 4 A PRESENÇA DA PÓS-VERDADE E DAS FAKE NEWS NAS MÍDIAS SOCIAIS

As notícias falsas (*fake news*) e a pós-verdade são duas ações antiéticas conhecidas por serem tão antigas quanto a humanidade (GABRIEL, 2018), segundo Darnton (2017, não paginado):

Procópio, o historiador bizantino do século VI, escreveu um livro cheio de histórias de veracidade duvidosa, *História Secreta* (Anedota no título original), que manteve em segredo até sua morte, para arruinar a reputação do imperador Justiniano, depois de ter mostrado adoração a ele em suas obras oficiais. Pietro Aretino tentou manipular a eleição do pontífice em 1522 escrevendo sonetos perversos sobre todos os candidatos menos o preferido por seus patronos, os Médicis, e os prendendo, para que todo mundo os admirasse, no busto de uma figura conhecida como Il Pasquino, perto da Piazza Navona, em Roma. Os pasquins se transformaram em um método habitual para difundir notícias desagradáveis, em sua maioria falsas, sobre personagens públicos.

Ações desse tipo são comuns há muito tempo, porém, ganharam mais destaque na atualidade tendo em vista a facilidade de propagá-las nos ambientes virtuais, a velocidade com que se disseminam e o grande público que acessa o meio digital. Medeiros (2017) afirma que embora o conceito de pós-verdade não seja algo exatamente novo, ele ganhou mais destaque a partir da explosão informacional, do uso das novas ferramentas tecnológicas. Entre essas, encontram-se as mídias sociais, que apesar das contribuições positivas geradas, como maior interação e rapidez de comunicação, também pode influenciar na qualidade das informações, haja vista a facilidade de leigos divulgarem notícias desprovidas de fontes confiáveis, tampouco, de provas contundentes que confirmem os dados apresentados.

Neste ambiente surgem novas formas de relacionamento com a opinião pública e a consolidação de meios de comunicação alternativos que produzem informação em tempo real, não obstante, o valor e a credibilidade desses meios vêm reduzindo diante das opiniões

peçoais (LLORENTE, 2017). Há um fluxo incessante de notícias, que se espalham rapidamente nos perfis das mídias sociais, no entanto, nos deparamos com um paradoxo: mesmo que tenhamos acesso a uma diversidade de informações, podemos estar mais desinformados do que antes (GOOCH, 2017).

As “*fake News*” e o fenômeno da pós-verdade têm se destacado nas mídias sociais, fato evidenciado por uma pesquisa realizada pelo *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), nos Estados Unidos. Nessa pesquisa, Soroush Vosoughi, Deb Roy e Sinan Aral (2018) analisaram cerca de 126 mil notícias que circularam no Twitter no período entre 2006 e 2017. Comprovou-se que tais informações foram tuitadas por cerca de 3 milhões de pessoas e retuitadas mais de 4,5 milhões de vezes. O estudo demonstrou que a chance de uma notícia falsa ser repassada é 70% maior do que a de notícias verdadeiras. Por fim, os autores concluíram que as notícias falsas de cunho político propagaram de forma mais intensa, ao passo que foram replicadas três vezes mais do que *fake news* a respeito de outros assuntos.

O problema é que, apesar de a sociedade vivenciar a era da informação quando a circulação de notícias tem sido facilitada pelos avanços tecnológicos trazidos pela internet e por outras ferramentas informacionais, o ambiente digital pode favorecer o processo de desinformação dos indivíduos, devido a facilidade de divulgação de *fake news*. De acordo com Moretzsohn (2017, p.295) trata-se de uma relação antagônica:

Procuo sustentar que a ideologia da assim chamada “era da informação” induz ao aprofundamento da alienação pelo excesso de oferta, ao mesmo tempo em que a propalada “horizontalidade”, que supostamente daria a todos o mesmo poder de voz e de influência, além de conduzir à mistificação que encobre as relações de poder, escancara as portas para a disseminação das chamadas “*fake news*”, instaurando um ambiente de absoluta insegurança informativa, com previsíveis consequências desastrosas.

As “*fake News*” estabelecem uma relação com a pós-verdade quando há negligência em relação às informações verdadeiras. No entanto, não é possível generalizar, uma vez que tal fenômeno nem sempre está ligado diretamente às *fake news*. O termo pós-verdade aplica-se a “circunstâncias em que fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e às crenças pessoais” (OXFORD DICTIONARIES, 2016). Por outro lado, as “*fake News*” apresentam um relacionamento intrínseco com a pós-verdade, já que podem ser considerados conteúdos que buscam evocar os sentimentos do leitor e com

frequência fabricar uma revolta relativa à entidade/pessoa que está sendo deslegitimada (PAULA; SILVA; BLANCO, 2018).

Angelis (2017) relata que em comunidades nas quais o princípio da pós-verdade está estabelecido, a propensão dos indivíduos a serem manipulados e enganados pelas *fake news* é facilitada, causando um ciclo em que uma pode impulsionar os impactos da outra. Quando as pessoas já estão convictas de que algo realmente é verdade e deparam-se com alguma notícia (verídica ou falsa) que reafirma sua ideologia, é mais fácil envolverem-se com tal postagem e replicá-la, já que lhe traz certa segurança emocional compartilhar algo que acreditam ser verídico. Isso pode estar relacionado à formação de bolhas sociais, que agregam pessoas e grupos com opiniões semelhantes, crenças e ideologias parecidas. Muito comuns no ambiente das mídias sociais, influenciam em processos efetivos de assimilação de conhecimento.

Segundo estudo realizado em 2016 por um grupo de pesquisadores das Universidades de Lucca, Pavia, La Sapienza e Boston<sup>4</sup>, o Facebook tem transformado as características individuais, tornando as pessoas mais polarizadas e previsíveis, no que tange suas ideias e convicções pessoais (VICARIO *et al.*, 2016). Durante o período de 4 anos (2010 a 2014) os estudiosos analisaram o comportamento de usuários conectados a 32 páginas com teorias conspiratórias (sem necessidade de comprovação) e outras 35 com notícias científicas (comprovadas através de estudos), somando-se o total de 1,2 milhões de pessoas. A conclusão da pesquisa foi que os usuários tendem a compartilhar publicações de amigos que pensam da mesma maneira, assim como informações que reafirmam suas crenças. O estudo ainda aponta que há uma tendência de as pessoas reunir-se em comunidades com o mesmo interesse, o que promove ainda mais a polarização. Tudo isso ocorre em detrimento da qualidade da informação, o que influencia diretamente na proliferação de narrativas tendenciosas promovidas por rumores infundados e desconfianças (VICARIO *et al.*, 2016).

Dunker *et al.* (2017) indicam que, para a pós-verdade, a ciência silencia e a ideologia faz falar, transferindo a autoridade dessa ou do jornalismo sério para aqueles que produzem opiniões de grandes efeitos, sem se preocupar muito com os dados técnicos reais. Os usuários de mídias sociais, algumas vezes, são coniventes com isso, ora por certa informação ir ao

---

<sup>4</sup> A pesquisa pode ser consultada no endereço: <http://www.pnas.org/content/pnas/113/3/554.full.pdf>



encontro de sua opinião, ora porque admiram a fonte/pessoa que publicou e não imaginam que ela possa distorcer fatos.

## 5 CONCLUSÃO

É indiscutível que as novas tecnologias digitais contribuíram e, muito, para o progresso da sociedade. O processo de comunicação entre os indivíduos se tornou mais interativo, o acesso as notícias foi facilitado, as informações, muitas vezes, são transmitidas em tempo real. Embora os relacionamentos, as conversas e a busca pelo conhecimento tenha se tornado mais virtual, as pessoas continuam, em grande parte, sendo as responsáveis por manter o funcionamento desse ambiente. São elas que acessam os sites, atualizam dados, realizam pesquisas em mecanismos de busca, apesar da existência de robôs neste campo, as tecnologias foram criadas para atender às necessidades sociais.

Em vista das mídias sociais terem se tornado um ambiente propício para a presença do fenômeno da pós-verdade e a disseminação de *fake news*, a autocrítica digital dos usuários conectados é importante, assim como a análise dos fatos de modo objetivo. Ademais, para que a sociedade evite estar à deriva da estupidez e desinformação coletiva, é necessário aproveitar o lado benéfico das mídias sociais, por meio do uso da inteligência coletiva. Para que isso seja possível, é primordial que a população participe da gestão da informação, verificando a credibilidade das fontes e a autenticidade dos dados divulgados. Indica-se que a leitura seja crítica, que seja feito um exame detalhado das informações publicadas, para que assim tenhamos um ambiente propício a geração de conhecimento. É necessário evitar a banalização da verdade e a recepção natural de notícias falsas, apenas porque reforçam suas opiniões e crenças particulares.

Para amenizar o problema da desinformação e do fenômeno da pós-verdade, as pessoas devem estar conscientes que a participação popular é de suma importância. É preciso que os cidadãos busquem a evidência do fato, independentemente de suas convicções pessoais, ao deparar-se com uma notícia que apresente caráter duvidoso. A população deve adotar, em tempos de *fake news*, mecanismos de controle social informacional, a fim de obter conhecimento e contribuir com a formação de uma sociedade mais informada. Ceticismo e



criticidade são qualidades humanas que precisam ser melhores desenvolvidas pelos usuários conectados nas mídias sociais.

Os estudos em torno da pós-verdade e das *fake news* mostraram-se muito recentes, principalmente, quando atrelados às tecnologias de informação e comunicação. O campo apresenta lacunas científicas e precisa ser mais explorado, existem estudos com discussões teóricas, porém as pesquisas práticas são poucas e principiantes. É necessário que novos estudos foquem o lado social (em especial na CI diante do paradigma social), a fim de que busquem maneiras de amenizar as consequências da pós-verdade no ambiente digital, demonstrando aos cidadãos o quão importante é para a sociedade a sua participação na gestão da informação. Com uma sociedade criticamente atuante, que preze pela fidedignidade das notícias e pesquise a realidade dos fatos, independente de opiniões pessoais, as *fake News* poderão ter sua visibilidade diminuída e a presença do fenômeno da pós-verdade no ambiente digital tende a ser reduzida.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBRIGHT, Jonathan. Welcome to the Era of Fake News. *Media And Communication*, [S.l.], v. 5, n. 2, p.87-89, 27 jun., 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v5i2.977>. Acesso em: 09 ago. 2018.

AMORUSO, M.; AULETTA, V.; ANELLO, D.; FERRAIOLI, D. Contrasting the spread of misinformation in online social networks. *Proceedings of the International Joint Conference on Autonomous Agents and Multiagent Systems*, AAMAS, n.3, p. 1323-1331, 2017.

ANDERSON, Katie Elson. Getting acquainted with social networks and apps: combating fake news on social media. *Library Hi Tech News*, [S.l.], v. 35, n. 3, p.1-6, may 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1108/lhtn-02-2018-0010>. Acesso em: 30 ago. 2018.

ANGELIS, Carlos de. A ascensão da pós-verdade: ou como construir deuses na medida. *Uno: D+I desenvolvendo ideias*, São Paulo, n. [27], p.38-39, mar., 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/numero-27/ascensao-da-pos-verdade-ou-como-construir-deuses-na-medida/>. Acesso em: 16 ago. 2018.

BRADY, Justin; KELLY, Molly; STEIN, Sharon. The Trump Effect: With No Peer Review, How Do We Know What to Really Believe on Social Media?. *Clinics In Colon And Rectal Surgery*,



[S.l.], v. 30, n. 04, p.270-276, set., 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1055/s-0037-1604256>. Acesso em 20 ago. 2018.

BUNTAIN, Cody; GOLBECK, Jennifer. Automatically Identifying Fake News in Popular Twitter Threads. *2017 IEEE International Conference On Smart Cloud (smartcloud)*, [S.l.], p.208-215, nov., 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1109/smartcloud.2017.40>. Acesso em: 25 ago. 2018.

CAPRA, F. *A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. Tradução de Newton Roberval Eicheberg. São Paulo: Editora Cultrix, 1996.

CAPURRO, R. Epistemologia e ciência da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - ENANCIB, 5., 2003. Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 2003.

CHULVI, C.P. Fake news and freedom of expression and information. The control of information contents on the network. *Teoria y Realidad Constitucional*, [S.l.], p. 297-318, jan., 2018.

CIAMPAGLIA, G. L.; MANTZARLIS, A.; Maus, G., MENCZER, F. Research Challenges of Digital Misinformation: Toward a Trustworthy Web. *Ai Magazine*, [S.l.], v. 39, n. 1, p.65-74, 27 mar. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1609/aimag.v39i1.2783>. Acesso em: 31 ago. 2018.

COOKE, Nicole A.. Posttruth, Truthiness, and Alternative Facts: Information Behavior and Critical Information Consumption for a New Age. *The Library Quarterly*, [s.l.], v. 87, n. 3, p.211-221, jul. 2017. University of Chicago Press. <http://dx.doi.org/10.1086/692298>.

CRAMER, Theresa. Fake News Moves in From the Fringes. *Econtent*, Medford, p.3-3, mar. 2017. Disponível em: <<http://www.econtentmag.com/Articles/Column/T.0/Fake-News-Moves-in-From-the-Fringes-116576.htm>>. Acesso em: 04 ago. 2018.

CREECH, Brian; ROESSNER, Amber. Declaring the Value of Truth. *Journalism Practice*, [s.l.], p.1-17, 10 maio 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2018.1472526>.~ Acesso em: 12 ago. 2018.

DARNTON, Robert. *A verdadeira história das notícias falsas: Séculos antes das redes sociais, os boatos e as mentiras alimentavam pasquins e gazetas na Europa*. 2017. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536\\_863123.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html)>. Acesso em: 10 ago. 2018.



DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C.L.. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, Lisboa, v. 18, n. 32, p. 155-169, abr. 2018. Disponível em [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2183-54622018000100012&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012&lng=pt&nrm=iso). Acesso em 05 ago. 2018.

DUNKER, Cristian et al. *Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

GABRIEL, Martha. *Você, eu e os robôs: pequeno manual do mundo digital*. São Paulo: Atlas, 2018.

GOOCH, Anthony. No pós das verdades. *Uno*, São Paulo, v. 27, p.14-15, 2017.

GUO, Lei; VARGO, Chris. "Fake News" and Emerging Online Media Ecosystem: An Integrated Intermedia Agenda-Setting Analysis of the 2016 U.S. Presidential Election. *Communication Research*, [s.l.], p.1-23, 4 jun. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/0093650218777177>. Acesso em: 23 ago. 2018.

HUI, P.; SHAO, C.; FLAMMINI, A.; MENCZER, F.; CIAMPAGLIA, G.. The Hoaxy Misinformation and Fact-Checking Diffusion Network. *International AAAI Conference on Web and Social Media*, North America, jun. 2018. Disponível em: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM18/paper/view/17851>. Acesso em: 04 set. 2018.

KAUFMAN, R. Fighting misinformation. *Research Information*. 88, 10, Feb. 2017. ISSN: 17448026.

LEWANDOWSKY, Stephan; ECKER, Ullrich K.h.; COOK, John. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era. *Journal Of Applied Research In Memory And Cognition*, [s.l.], v. 6, n. 4, p.353-369, dez. 2017. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.

LLORENTE, José Antonio. A era da Pós-verdade: realidade versus percepção. *Uno*, São Paulo, v. 27, p.8-9, 2017.

LOR, Peter Johan. Democracy, information, and libraries in a time of post-truth discourse. *Library Management*, [s.l.], v. 39, n. 5, p.307-321, 11 jun. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1108/lm-06-2017-0061>. Acesso em: 23 ago. 2018.

MACEDO, Tony Bernardino. Ciência da Informação: uma abordagem para a transformação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, XXV., 2013, Florianópolis. *ARTIGO*. Florianópolis: Febab, 2013. p. 1 - 16.



Disponível em: <<https://portal.febab.org.br/anais/article/viewFile/1509/1510>>. Acesso em: 18 ago. 2018.

MEDEIROS, Armando. Os perigos da indiferença a verdade. *Uno*, São Paulo, v. 27, p.23-25, 2017.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. “Uma legião de imbecis”: hiperinformação, alienação e o fetichismo da tecnologia libertária. *Liinc em Revista*, v.13, n.2, p. 294-306. Rio de Janeiro, 2017.

NASCIMENTO, D. M.; MARTELETO, R. M. A informação construída nos meandros dos conceitos da teoria social de Pierre Bordieu. *DataGramaZero: Revista de Ciência da Informação*, v.5, n.5, out. 2004. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000002050/693f43d91c1581898cce7d4a8423bbfb> Acesso em: 02 set. 2018.

OXFORD DICTIONARIES. *Word of the Year 2016 is...* Nov 2016. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> . Acesso em: 30 ago. 2018.

PANGRAZIO, Luci. What’s new about ‘fake news’? Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait. *Pág. Educ.*, Montevideo , v. 11, n. 1, p. 6-22, jun. 2018. Disponível em <[http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1688-74682018000100006&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-74682018000100006&lng=es&nrm=iso)>. Acesso em: 05 ago. 2018.

PAULA, L. T.; SILVA, T. R. S.; BLANCO, Y. A. Pós-verdade e fontes de informação: um estudo sobre fake news. *Revista Conhecimento em Ação*, v. 3, n. 1, 2018. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/30667>>. Acesso em: 04 set. 2018.

PAUL, Peter V.. Fake News, Alternative Facts, Post-Truths, Misinformation, Misinterpretation— and Other Challenges Associated With Knowledge Generation. *American Annals Of The Deaf*, [s.l.], v. 162, n. 1, p.3-7, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1353/aad.2017.0010>. Acesso em 04 set. 2018.

PINHEIRO, M. M. K.; BRITO, V. P. Em busca do significado da desinformação. *DataGramaZero*, v. 15, n. 6, p. A05, 2014. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/16135>>. Acesso em: 04 set. 2018.



POURGHOMI, Pardis et al. How to stop spread of misinformation on social media: Facebook plans vs. right-click authenticate approach. *2017 International Conference On Engineering & Mis (icemis)*, [s.l.], p.1-8, maio 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1109/icemis.2017.8272957>. Acesso em: 31 ago. 2018.

RIPOLL, L.; MATOS, J. C. U. M. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, v. 13, 2017. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/v/a/29256>. Acesso em: 04 set. 2018.

ROCHLIN, Nick. Fake news: belief in post-truth. *Library Hi Tech*, [s.l.], v. 35, n. 3, p.386-392, 18 set. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1108/lht-03-2017-0062>. Acesso em: 30 ago. 2018.

SARACEVIC, Tefko. Ciência da Informação: origem, evolução e relações. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996. Semestral. Disponível em: <http://repositorio.ibict.br/bitstream/123456789/35/1/lenavaniapinho1997.pdf> Acesso em: 10 set. 2018.

SHIN, Jieun et al. The diffusion of misinformation on social media: Temporal pattern, message, and source. *Computers In Human Behavior*, [s.l.], v. 83, p.278-287, jun. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.008>. Acesso em: 04 set. 2018.

SPOHR, Dominic. Fake news and ideological polarization. *Business Information Review*, [s.l.], v. 34, n. 3, p.150-160, 23 ago. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/0266382117722446>. Acesso em: 10 set. 2018.

VARGO, Chris J; GUO, Lei; AMAZEEN, Michelle. The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, [s.l.], v. 20, n. 5, p.2028-2049, 15 jun. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444817712086>. Acesso em: 10 set. 2018.

VICARIO, Michela del et al. The spreading of misinformation online. *Proceedings Of The National Academy Of Sciences*, [s.l.], v. 113, n. 3, p.554-559, 4 jan. 2016. Proceedings of the National Academy of Sciences. <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.1517441113>. Disponível em: <http://www.pnas.org/content/pnas/113/3/554.full.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2018.



VOSOUGHI, Soroush; MOHSENVAND, Mostafa 'neo'; ROY, Deb. Rumor Gauge. *Acm Transactions On Knowledge Discovery From Data*, [s.l.], v. 11, n. 4, p.1-36, 14 jul. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1145/3070644>. Acesso em: 06 set. 2018.

WASZAK, Przemyslaw M.; KASPRZYCKA-WASZAK, Wioleta; KUBANEK, Alicja. The spread of medical fake news in social media – The pilot quantitative study. *Health Policy And Technology*, [s.l.], v. 7, n. 2, p.115-118, jun. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.hlpt.2018.03.002>. Acesso em 04 set. 2018.

WERSIG, G., NEVELING, U. The phenomena of interest to information science. *Information Scientist*, v.9, p. 127-140, 1975.

WU, Liang; LIU, Huan. Tracing Fake-News Footprints. *Proceedings Of The Eleventh Acm International Conference On Web Search And Data Mining - Wsdm '18*, [s.l.], p.637-645, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1145/3159652.3159677>. Acesso em: 10 set. 2018.

---

## THE SOCIAL PARADIGM OF INFORMATION SCIENCE: THE POST-TRUTH PHENOMENON AND FAKE NEWS IN SOCIAL MEDIA

**Abstract:** Technological advances have brought significant changes in the context of information science, among the new tools, social media stands out. They have been widely used by society, facilitating the communication process and disseminating information quickly. However, not always these are true, some are false, in this case, it is fake news. That depending on the form that they present, they end up going against the phenomenon of the post-truth. In view of this, the article exposes a brief history about the social paradigm of information science relating to the current context of social media, in times of fake news and post-truth.

**Keywords:** Information science. Social paradigm. Social media. Fake news. Post truth.

