

# FAKE NEWS E DESINFORMAÇÃO: MOTIVAÇÕES, IMPACTOS E SOLUÇÕES

Inês Bastos<sup>1</sup>, Joana Martins<sup>2</sup>, Joana Monteiro<sup>3</sup>, Sara Neto<sup>4</sup>

## Resumo

A era digital revolucionou a forma como interagimos e obtemos informações, proporcionando um fluxo de dados e uma comunicação constante. Porém, essa facilidade também criou desafios como as *fake news* e a desinformação, o que dificulta a percepção da veracidade da informação que recebemos diariamente.

Este artigo aprofunda o tema das *fake news* e da desinformação, destacando como a gestão eficaz da informação pode combater estas problemáticas, através da aplicação de práticas que garantam a qualidade, a veracidade e a relevância da informação.

É notável como a propagação de *fake news* e de desinformação se tornou um dos grandes desafios do século XXI, impulsionada pelo crescimento exponencial das redes sociais e pela rápida circulação da informação digital. Ao garantir que o fluxo de informação seja baseado em dados reais e relevantes, a sociedade estará preparada para enfrentar os desafios da era digital, promovendo um ambiente informativo mais transparente e que priorize o valor da verdade.

Neste contexto de mudanças paradigmáticas, o profissional da informação precisa de estar capacitado para gerir a informação de forma eficiente, garantir a fiabilidade das suas fontes e adotar uma postura crítica de si mesmo, procurando sempre estar atualizado.

Palavras-chave: *Fake news*, desinformação, gestão da informação, era digital, redes sociais.

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com Borges (como citado em Silva, 2022), a sociedade atual é caracterizada pelo uso ativo da informação como matéria-prima dos processos sociais, económicos e políticos, sendo uma peça essencial para as tomadas de decisão.

Foresti et al. (como citado em Silva, 2022), considera a informação como sendo uma necessidade humana, importante para a vida das pessoas e para as suas decisões diárias, desde o início das atividades até ao momento de descanso. No entanto, a sociedade em rede embora tenha as suas vantagens, também trouxe algumas consequências, como a disseminação em massa de desinformação.

Ao ter de lidar com este excesso de informação, torna-se cada vez mais difícil para as pessoas identificar que informações são de qualidade.

No âmbito desta quantidade excessiva de informação, é importante tomar medidas legais, políticas, sociais e educacionais para que as pessoas passem a identificar se aquela informação a que estão a aceder é confiável e verdadeira (Spudeit, 2023).

Deste modo, o propósito do presente artigo é explorar como a gestão da informação pode combater o fenómeno das *fake news* e da desinformação.

Através de uma revisão de literatura, no que diz respeito às *fakes news*, isto é, notícias falsas que têm a intenção de enganar ou induzir (Allcott e Gentzkow, como citado em Silva, 2022), e desinformação, que consiste em “qualquer tipo de conteúdo e/ou prática que contribua para o aumento de informação falsificada, não validada ou pouco clara/transparente” (Segura, como

citado em Vieira, 2024, p. 2). Serão abordadas as motivações por trás disso, os impactos que têm na sociedade e exemplos de situações que ocorreram.

Posteriormente será abordada a importância da gestão da informação e do profissional da informação na era digital, referindo também práticas para combater estes problemas que foram impulsionados pelas tecnologias.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Definição de *fake news* e desinformação

A era digital transformou profundamente a sociedade, trazendo inúmeras vantagens, como o acesso rápido e global à informação, a facilitação da comunicação em tempo real e o surgimento de novas oportunidades económicas. No entanto, juntamente com esses benefícios, surgiram também desafios preocupantes, como o crescimento exponencial das *fake news* e a disseminação da desinformação. Assim sendo, a manipulação da informação pode ser discreta, manifestando-se por meio da exclusão de dados essenciais, distorção de factos e, em casos extremos pela completa ausência de veracidade. Neste contexto, o mundo digital, apesar de ser importante na disseminação de informações valiosas, também serve como um veículo para a propagação de *fake news* e desinformação (Vieira, 2024).

Torna-se assim essencial a habilidade de saber filtrar as informações verdadeiras e falsas, destacando a importância da educação digital, capacitar as pessoas a avaliar criticamente o conteúdo que encontram online e, reconhecer a importância da prática de uma comunicação transparente (Vieira, 2024).

De acordo com Allcott e Gentzkow (como citado em Silva, 2022) as *fake news* são uma forma de desinformação, ou seja, são notícias falsas que têm a intenção de enganar ou induzir os leitores, favorecendo um determinado grupo, a fim de obter benefícios financeiros ou políticos.

A desinformação não apenas distorce a realidade, mas também faz com que, os meios de comunicação percam credibilidade (Vieira, 2024). Segundo Segura (como citado em Vieira, 2024, p. 2) a desinformação “é o termo usado para definir qualquer tipo de conteúdo e ou prática que contribua para o aumento de informação falsificada, não validada ou pouco clara/transparente e/ou para afastar os cidadãos do conhecimento factual da realidade”.

Deste modo, são as notícias falsas que causam a desinformação, tornando-se num grande desafio para as pessoas reconhecerem a veracidade e confiabilidade das informações. Em ambos os casos, as consequências incluem confusão, manipulação de percepções e danos à sociedade (Spudeit, 2023).

Segundo Volkoff (como citado em Spudeit, 2023) desde sempre o ser humano compreendeu a possibilidade e importância de tirar vantagem de qualquer informação, porém, essa possibilidade é difundida a partir da produção de informação adulterada, de modo, a atingir interesses estratégicos, políticos e ideológicos.

Segundo Tandoc, Lim & Ling (como citado em Sintra, 2019) acredita-se que as motivações económicas, políticas e ideológicas sejam as principais bases para a produção de *fake news*. Por um lado, no campo económico, as *fake news* costumam gerar cliques e visualizações, que resultam em lucro publicitário. Politicamente, são usadas para influenciar decisões eleitorais, desestabilizar opositores ou moldar a opinião pública de forma estratégica. Já no contexto

ideológico, a desinformação pode reforçar crenças e narrativas específicas, levando certos grupos a difundir conteúdos falsos para reafirmar os seus valores e convicções.

Essas motivações refletem a complexidade da *fake news* e da desinformação, mostrando que os impactos da era digital vão muito além das inovações tecnológicas, afetando profundamente as estruturas sociais e políticas.

## 2.2 Impactos principais

Nos últimos anos, a desinformação e as *fake news* têm impactado a sociedade em geral, afetando diversas áreas, desde o cenário político até à saúde pública.

Por exemplo, na área da saúde, houve um aumento de *fake news* quando surgiu a Covid-19. Diversas notícias com informações falsas alastraram-se rapidamente, tendo como consequências o incumprimento das orientações sanitárias, a negação dos sintomas e o uso de medicamentos não aprovados por especialistas de saúde, sendo que tudo isto podia resultar num aumento de casos e de mortes (Carvalho, Castro, & Schneider, 2021).

Algumas das falsas afirmações disseminadas foram que apenas pessoas sintomáticas transmitem a Covid-19, que o consumo de álcool protegia contra o vírus, que o café prevenia o coronavírus e que a vacina da gripe aumentava o risco de adoecer por coronavírus, sendo que todas elas foram desmentidas pela Organização Mundial da Saúde (OMS) (Falcão & Souza, 2021).

Outra área bastante afetada é a da política, sendo as *fake news* um risco para o processo eleitoral, mais precisamente, a possibilidade de condicionar a decisão de voto dos eleitores. Em Portugal e pelo mundo, tivemos alguns casos de *fake news* em períodos eleitorais, como em 2019, quando um cidadão português abordou António Costa para o acusar de ter estado de férias durante a tragédia do incêndio de Pedrógão Grande, que ocorreu em 2017. Embora esta falsa acusação tenha sido desmentida pelo Polígrafo ainda em 2019, não impediu que circulasse em várias páginas de desinformação no Facebook, e até mesmo em páginas associadas a militantes do PSD (Couraceiro, Paisana, Pais, Cardoso, & Baldi, 2019).

Não obstante, as *fake news* e a desinformação estão presentes até mesmo em anúncios pagos nas redes sociais, como no caso de um vídeo de André Ventura, que foi manipulado com um registo de áudio gerado por inteligência artificial. Nesse vídeo, o líder do Chega recomendava aos utilizadores o investimento num esquema de dinheiro fácil (Casquinho et al., 2024).

Por último, mas não menos importante, as *fake news* têm potencializado discursos de ódio, especialmente contra imigrantes.

No Brasil, um vídeo partilhado por uma mulher, onde dizia que o seu amigo tinha sido esfaqueado e atacado por quatro venezuelanos, teve grandes repercussões, levando os moradores a organizarem-se e a destruírem alojamentos de venezuelanos. Após esse acontecimento, descobriu-se que o brasileiro não tinha sido esfaqueado e ainda não estava confirmado que o assalto tinha a participação de migrantes venezuelanos. Além desse vídeo, em 2018 circulou pela internet uma notícia falsa que afirmava que uma ONG estava a prestar apoio jurídico aos venezuelanos sobre como invadir casas de brasileiros em Roraima e como consequência, gerou ameaças de morte contra um dos membros da ONG (Silva, 2020).

Ainda no contexto da Covid-19, as *fake news* não diziam respeito apenas à saúde, sendo também alvo das mesmas as pessoas de nacionalidade chinesa, que sofreram ataques xenófobos. Foram difundidas informações que associavam o vírus aos hábitos alimentares chineses, especialmente ao consumo de “sopa confeccionada com morcegos”. Devido a essas notícias falsas, várias pessoas dessa etnia sofreram ataques verbais ou até mesmo físicos na rua (Sacramento, Monari & Chen, 2020).

## **2.3 Importância da gestão da informação e do profissional da informação na era digital**

Segundo Greenwood, (como citado em Barga, 2000, p. 3), “a informação é considerada como o ingrediente básico do qual dependem os processos de decisão”, mas se, por um lado, uma empresa não funciona sem informação, por outro, é importante saber usar a informação e aprender novos modos de ver o recurso informação para que a empresa funcione melhor, isto é, para que se torne mais eficiente. Deste modo, quanto mais importante for determinada informação para as necessidades da empresa, e quanto mais rápido for o acesso a ela, facilmente essa empresa poderá atingir os seus objetivos.

Neste contexto, o objetivo da Gestão da Informação, passa por perceber que, a quantidade de informação e os dados obtidos, são, para a organização, um importante recurso que necessita e merece ser gerido (Braga, 2000).

Com isto, a transformação digital ampliou a acessibilidade, mas também trouxe desafios como a confiabilidade e a sobrecarga de informações, exigindo uma maior preparação técnica e estratégica dos profissionais. A competência informacional permite que indivíduos e organizações transformem dados em conhecimento útil, otimizando processos e auxiliando na tomada de decisões fundamentadas. Além disso, o papel das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) foi enfatizado como um facilitador dessa evolução, permitindo maior alcance e eficiência na disseminação da informação.

Na era digital, o profissional da informação desempenha um papel essencial, adaptando-se aos avanços tecnológicos e às mudanças de como os dados são produzidos, acedidos e utilizados. A sua atuação transcende a simples gestão de dados, incluindo análise, curadoria e disseminação de informações de forma ética e estratégica.

Segundo Tobias & Corrêa (2019) a grande circulação de informações e a interatividade do ambiente digital proporcionada pelas novas tecnologias, têm vindo a alterar o processo social da informação. Neste sentido, apesar da elevada quantidade de informação a que todos os indivíduos têm acesso nas plataformas digitais, é fundamental que participem ativamente no processo informativo, procurando fontes fidedignas e verificando a veracidade dos dados, de forma a evitar que se deixem influenciar por informações falsas ou manipuladas.

## **2.4 Práticas para combater as *fake news* e a desinformação**

É vital construir uma competência informacional para que as pessoas possam procurar, aceder, avaliar e utilizar as informações de forma responsável, sendo necessário tomar algumas medidas, quer sejam legais, políticas, sociais ou educacionais.

Segundo Spudeit (2023), quando se refere às medidas, menciona-se o uso dos recursos educacionais, pois acredita-se que, por meio de ações integradas de formação e consciência humana, será possível traçar uma saída para combater as *fake news*.

No contexto atual, caracterizado pela disseminação de informações online e pela facilidade de criar e partilhar conteúdos, os perigos das *fake news* tornam-se mais evidentes. Mariana Pícaro Cerigatto sublinha que a circulação de desinformação está intimamente ligada à "desordem informacional", que engloba desde conteúdos falsos propositadamente criados até informações editadas de forma a manipular opiniões (Cerigatto, 2020).

Assim, a literacia mediática e informacional surge como uma abordagem unificada, proposta pela UNESCO, para habilitar os utilizadores a identificar informações falsas, a compreender os contextos sociais, políticos e económicos por trás das mensagens.

As tecnologias digitais, por sua vez, oferecem-nos ferramentas eficazes no combate à desinformação. Algoritmos de verificação, e aplicações do Google como o [Fact Check Tools](#) [Recents](#) são exemplos de como a tecnologia pode ajudar-nos a identificar se as fontes são confiáveis e a promover uma cultura de responsabilização digital. Contudo, como destaca o relatório da IFLA, é crucial integrar estas ferramentas a um processo educacional contínuo, que valorize a avaliação crítica e a análise contextual das informações (IFLA, 2011).

Neste sentido, é importante promover o uso de critérios claros para avaliar a confiabilidade da informação. Entre os mais relevantes encontram-se: as informações de identificação, que consiste em verificar os dados sobre a pessoa ou a organização responsável pelo conteúdo ou pelo site; a consistência das informações, que analisa o grau de detalhe das informações apresentadas; a confiabilidade das informações, considerando a autoridade do autor, a formação deste e se a informação está atualizada.

Adicionalmente, a adequação da fonte deve ser avaliada, verificar se a linguagem utilizada é apropriada ao público-alvo e aos objetivos do conteúdo, assim como a facilidade de uso, que consiste em avaliar a facilidade de navegar pelas informações. Por último, o layout também é essencial, já que a forma como estes elementos gráficos estão organizados influenciam a maneira como o conteúdo é compreendido e interpretado pelos utilizadores (Cerigato, 2020).

De forma geral, implementar estas atividades em escolas e universidades que ensinem a aplicar estes critérios, juntamente com ferramentas como o Google Fact Check Explorer, podem formar pessoas mais críticas e habilitadas para identificar conteúdos falsos. Estes esforços educativos, aliados ao uso consciente da tecnologia, representam um caminho para mitigar os efeitos das *fake news*, capacitando os utilizadores para um consumo de informação mais responsável e ético. Como destacam Silva e Oliveira (2021), o compromisso com a verdade deve ser o alicerce de qualquer prática informacional.

### 3 CONCLUSÕES

A facilidade com que se partilha informações é uma vantagem na acessibilidade à diversidade de perspetivas e conhecimentos. No entanto, esta mesma facilidade abre espaço para a propagação de conteúdos falsos e manipulados.

Após a realização deste artigo conseguimos perceber que as *fake news* e a desinformação são uma ameaça crescente à sociedade, afetando a confiança e distorcendo a perceção da realidade. Quando as pessoas têm acesso a informações precisas e confiáveis, ficam capacitadas para formar opiniões fundamentadas o que lhes dá mais autonomia, no entanto, quando expostas à desinformação, essa capacidade é comprometida. Considera-se que, a desinformação não apenas distorce a verdade como pode distorcer perceções e moldar comportamentos, o que leva as pessoas a tomarem decisões erradas.

Embora se tente combater, da melhor forma estes conceitos, ainda há muito a ser feito. É necessário investir na educação social e crítica capacitando os cidadãos a diferenciar informações confiáveis e falsas. Nesta vertente, torna-se também imprescindível o acesso à educação digital, onde se ensina a utilizar de forma correta os meios tecnológicos em métodos de ensino, de forma a ajudar os jovens desde cedo a saber filtrar as informações e aproveitar a interação online da melhor maneira.

Além disso, as plataformas online têm um papel crucial no controlo da propagação da desinformação ao implementar políticas de moderação de conteúdo, promover, como referido anteriormente, a comunicação transparente e investir em tecnologias que ajudem a detetar e combater a disseminação de informações.

## REFERÊNCIAS

Carvalho, P. R., Castro, P. C. C. d., & Schneider, M. A. F. (2021). Desinformação na pandemia de Covid-19: similitudes informacionais entre Trump e Bolsonaro. *Em Questão*, 27(3), 15–41. Doi:10.19132/1808-5245273.15-41

Braga, A. (2000). A Gestão da Informação. *Millenium*, (19), 1-10. Retrieved from <https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/903>

Casquinho, M., Vasconcelos, A., Moreno, J., Cardoso, G., Palma, N., Paisana, M., & Martinho, A. P. (2024). Europeias 2024: Amplificação do discurso político online e desinformação em Portugal. *Publicações OberCom*, 2-52. Retrieved from <https://iberifier.eu/app/uploads/2024/11/EuropeiasPT-2.pdf>

Cerigatto, M. P. (2020). Unindo media literacy e information literacy na era da desinformação: Habilidades para lidar com as fake news. *Comunicação Pública*, 15(28), 1-17. Doi:10.4000/cp.6143

Couraceiro, P., Paisana, M., Pais, P. C., Cardoso, G., & Baldi, V. (2019). Fake News em ano eleitoral: Portugal em linha com a UE. *Publicações OberCom*, 2-57. Retrieved from [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/10/FakeNews\\_OberCom\\_2019.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/10/FakeNews_OberCom_2019.pdf)

Falcão, P., & Souza, A. B. (2021). Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da Covid-19 no Brasil. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 15(1), 55-71. Doi:10.29397/reciis.v15i1.2219

International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). (2011). *Recomendações da IFLA sobre literacia informacional e mediática*. Retrieved from <http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/media-infolitrecommendes.pdf>

Sacramento, I., Monari, A. C. P., & Chen, X. (2020). O vírus do morcego: fake news e estereotipagem dos hábitos alimentares chineses no contexto da Covid-19. *Revista Comunicação & Inovação*, 21(47), 82-98. Doi:10.13037/ci.vol21n47.7285

Silva, J. Ed. (2022). O papel do profissional da informação no combate e enfrentamento da desinformação: Sob uma perspectiva para os arquivistas e bibliotecários. *EDICIC*, 2(3), 1-16. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=9655539>

Silva, I. (2020). “Bota fogo nesses vagabundos!”: Entextualizações de xenofobia na trajetória textual de uma fake news. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 59(3), 2123–2161. Doi:10.1590/01031813829331620201106

Sintra, M. C. D. (2019). *Fake News e a Desinformação: perspetivar comportamentos e estratégias informacionais* (Master's thesis, Universidade Nova de Lisboa). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10362/79564>

Spudeit, D. (2023). O desenvolvimento da competência em informação para combater notícias falsas. *Revista ACB*, 28(1), 1–28. Retrieved from <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1925>

Tobias, M. S., & Delfini Corrêa, E. C. (2019). O paradigma social da Ciência da Informação: o fenômeno da pós-verdade e as fake news nas mídias sociais. *Revista ACB*, 24(3), 560–579. Retrieved from <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1529>

Vieira, A. R. (2024). A Comunicação na era da desinformação: a inverdade da atualidade. *The Trends Hub*, (4), 1-9. Doi:10.34630/tth.vi4.5680