



**Faculdade de Goiana (FAG)**

**LAYS REGINA DA SILVA BARBOSA  
YURI THIAGO SILVA DE OLIVEIRA**

**O FENÔMENO DAS *FAKE NEWS*: OS IMPACTOS DE SUA  
DISSEMINAÇÃO E AS ESTRATÉGIAS DE COMBATE SOBRE OS  
INDIVÍDUOS E AS ORGANIZAÇÕES**

**Goiana / 2023**

**LAYS REGINA DA SILVA BARBOSA  
YURI THIAGO SILVA DE OLIVEIRA**

**O FENÔMENO DAS *FAKE NEWS*: OS IMPACTOS DE SUA  
DISSEMINAÇÃO E AS ESTRATÉGIAS DE COMBATE SOBRE OS  
INDIVÍDUOS E AS ORGANIZAÇÕES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Goiana (FAG), do curso de Administração, como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

**Discentes:** Lays Regina da Silva Barbosa  
Yuri Thiago Silva de Oliveira

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup>. Me. Cláudia Lúcia Ribeiro da Cruz

**Goiana / 2023**

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da FAG – Faculdade de Goiana, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

B238f      Barbosa, Lays Regina da Silva

O fenômeno das fake news: os impactos de sua disseminação e as estratégias de combate sobre os indivíduos e as organizações. / Lays Regina da Silva Barbosa; Yuri Thiago Silva de Oliveira. – Goiana, 2023.

23f. il.:

Orientador: Prof. Me. Cláudia Lúcia Ribeiro da Cruz.

Monografia (Curso de Graduação em Administração) Faculdade de Goiana.

1. Notícias falsas. 2. Disseminação. 3. Estratégias. 4. Indivíduos e organização. I. Título. II. Oliveira, Yuri Thiago Silva de.

BC/FAG

CDU: 658.013

**LAYS REGINA DA SILVA BARBOSA  
YURI THIAGO SILVA DE OLIVEIRA**

**O FENÔMENO DAS *FAKE NEWS*: OS IMPACTOS DE SUA  
DISSEMINAÇÃO E AS ESTRATÉGIAS DE COMBATE SOBRE OS  
INDIVÍDUOS E AS ORGANIZAÇÕES**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO ENTREGUE A COORDENAÇÃO  
DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

Prof<sup>ª</sup>. Me. Cláudia Lúcia Ribeiro da Cruz (Orientadora) – Faculdade de Goiana (FAG)

---

Gilberto Cordeiro de Andrade Júnior (Examinador I)

---

Hélio Oliveira dos Santos Rodrigues (Examinador II)

## Sumário

<b>1 Introdução</b>	<b>5</b>
<b>2 Objetivos</b>	<b>7</b>
2.1 Objetivo Geral	7
2.2 Objetivos Específicos	7
<b>3 Fundamentação Teórica</b>	<b>7</b>
3.1 <i>Fake News</i>	7
3.2 Desinformação como Consequência das <i>Fake News</i>	9
3.3 O Papel das Mídias Sociais nas <i>Fake News</i>	10
<b>4 Metodologia</b>	<b>11</b>
<b>5 Resultados e Discussões</b>	<b>12</b>
5.1 Estratégias de Combate as <i>Fake News</i> Direcionadas aos Indivíduos	12
5.2 Estratégias de Combate as <i>Fake News</i> Promovidas pelas Empresas Digitais.....	15
<b>6 Conclusões</b>	<b>16</b>
<b>7 Agradecimentos</b>	<b>17</b>
<b>8 Referências</b>	<b>18</b>

## O Fenômeno das *Fake News*: Os Impactos de sua Disseminação e as Estratégias de Combate sobre os Indivíduos e as Organizações

Lays Regina da Silva Barbosa<sup>1</sup>

Yuri Thiago Silva de Oliveira<sup>1</sup>

Cláudia Lúcia Ribeiro da Cruz<sup>2</sup>

### Resumo

As *fake news* são termos utilizados com muita frequência pelos meios de comunicação para descrever um conjunto de notícias e informações falsas que consiste na distribuição deliberada e intencional de desinformação ou boatos de naturezas diversas. Como sua disseminação ocorre com bastante frequência através das redes sociais, acabam ganhando maior legitimidade e alcance. Esse processo pode ser impulsionado por programas computacionais que replicam as *fake news* para uma vasta gama de usuários em pouco tempo. Assim, a utilização da *internet* para disseminar tais notícias é um problema real que tem causado danos irreversíveis a sociedade. O objetivo geral deste trabalho é analisar os impactos que essas notícias tem provocado sobre os indivíduos e as organizações, buscando identificar as estratégias adotadas no combate a sua disseminação. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, realizada a partir de um levantamento de material em meios impressos e digitais, como: livros, artigos, leis, *sites*, etc. Quanto a abordagem a pesquisa é qualitativa, caracterizada como descritiva e exploratória, priorizando teorias sobre a “era da desinformação”, conceitos de “pós-verdade” e notícias falsas, para localizar o contexto histórico da disseminação de tais notícias e busca pela verdade no século XXI. Verificou-se que as *fake news* são uma ameaça aos indivíduos e as organizações e que medidas como a criação de leis e estratégias, estão sendo tomadas para evitar esse fenômeno. Entretanto, deve-se considerar o direito à liberdade de expressão e à informação, garantidos pela Constituição Federal, sabendo-se que cada indivíduo deve usá-las a favor da sociedade, adotando uma postura coerente com seus princípios e verdades. A pesquisa possibilitou entender que as grandes empresas de mídias digitais são as causadoras da disseminação digital. A partir da atribuição da responsabilidade delas no processo, identificou-se as medidas que podem ser adotadas para combater e prevenir sua disseminação. No entanto, é necessário que as instituições estatais e o setor privado, se unam ainda mais e tomem medidas mais enérgicas para combater as *fake news*, além das leis e decretos já existentes. Desenvolver programas e atividades com foco em educação digital nas escolas, também é apontada como uma solução eficaz para combater o problema.

**Palavras-Chave:** Notícias falsas; Disseminação; Estratégias; Indivíduos e Organização.

### Abstract

Fake news is a term used very frequently by the media to describe a set of false news and information that consists of the deliberate and intentional distribution of misinformation or

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Goiana, e-mail: laysbarbosa.15@outlook.com;

Aluno do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Goiana, e-mail: yurithiago45@gmail.com;

<sup>2</sup> Professora do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Goiana, e-mail: claudia.luciajp@gmail.com.

rumors of various natures. As their dissemination occurs quite frequently through social networks, they end up gaining greater legitimacy and reach. This process can be driven by computer programs that replicate fake news to a wide range of users in a short time. Thus, the use of the Internet to disseminate such news is a real problem that has caused irreversible damage to society. The general objective of this work is to analyze the impacts that such news has caused on individuals and organizations, seeking to identify the strategies adopted to combat its dissemination. This is bibliographical research, carried out from a survey of printed and digital media material, such as books, articles, laws, websites, etc. As for the approach, the research is qualitative, characterized as descriptive and exploratory, prioritizing theories about the "disinformation era", concepts of "post-truth" and fake news, to locate the historical context of the dissemination of such news and the search for truth in the 21st century. It was verified that fake news is a threat to individuals and organizations and that measures, such as the creation of laws and strategies, are being taken to avoid this phenomenon. However, one must consider the right to freedom of speech and information, guaranteed by the Federal Constitution, knowing that each individual must use them in favor of society, adopting a coherent posture with their principles and truths. The research made it possible to understand that big digital media companies are the ones who cause digital dissemination. From the attribution of their responsibility in the process, we identified the measures that can be adopted to combat and prevent its dissemination. However, it is necessary that state institutions and the private sector get together even more and take stronger measures to combat fake news, in addition to the existing laws and decrees. Developing programs and activities focused on digital education in schools is also pointed out as an effective solution to combat the problem.

**Keywords:** Fake news; Dissemination; Strategies; Individuals and Organization.

## 1 Introdução

As novas formas de comunicação promovidas pelo revolucionário avanço tecnológico ocorrido nos últimos anos, vem tornando os meios de comunicação cada vez mais ágeis e acessíveis. Esse fenômeno provocou um maior dinamismo na sociedade pela busca de mais informação através da frequente utilização de vários tipos de tecnologias, equipamentos e sistemas informacionais (WERTHEIN, 2000).

Todo esse processo de modernização trouxe consigo aspectos positivos e negativos no que se refere a circulação de informações em meios digitais. Entre os aspectos positivos mais relevantes, visivelmente identificáveis, estão a inegável aproximação que a tecnologia promove entre os indivíduos e a agilidade na comunicação. Em relação aos aspectos negativos, a confiabilidade em relação ao conteúdo das informações, além da quantidade de notícias falsas (*fake news*), que tem se tornado um problema recorrente nos últimos anos, provocando uma série de consequências para a sociedade.

As *fake news*, ou notícias falsas, são termos utilizados com muita frequência atualmente pelos meios de comunicação para descrever um conjunto de notícias e informações falsas que consiste na distribuição deliberada e intencional de desinformação ou boatos em redes sociais ou qualquer outro meio de comunicação. Esse tipo de notícia é disseminada muitas vezes com a finalidade de ganhos financeiros ou políticos. Além de serem falsas, geralmente são sensacionalistas e exageradas, produzidas no intuito de chamar a atenção da sociedade sobre algum aspecto. Na maioria das vezes são criadas para beneficiar um grupo específico de pessoas ou organizações (NUÑEZ, 2018).

Como sua disseminação ocorre com bastante frequência através das redes sociais, acabam ganhando maior legitimidade e alcance. Esse alcance pode ser impulsionado por programas computacionais que replicam as *fake news* para uma vasta gama de usuários em um curto período de tempo. Assim, a utilização da *internet* para disseminar boatos é um problema real e atual que tem causado danos irreversíveis a sociedade.

Além de afetar as organizações em qualquer esfera, as *fake news* afetam também as pessoas, pela falta de veracidade das informações, impactando negativamente na imagem construída por todos. Diante das afirmativas e da necessidade de esclarecer e combater os malefícios provocados pela propagação de notícias falsas, a presente pesquisa pretende responder o seguinte questionamento: diante dos impactos da disseminação das *fake news* sobre os indivíduos e as organizações, quais estratégias podem ser adotadas para combater ou evitar a sua propagação?

A análise foi realizada a partir de uma abordagem teórica, respaldada em material científico, adotando levantamento bibliográfico em livros, artigos, jornais, *sites*, leis do Código Penal e da Constituição Federal, etc., além da discussão sobre alguns casos comprovados de notícias falsas ocorridas no país e no mundo, divulgadas em meios digitais. O critério adotado para a escolha da notícia foi o fato dela ter sido comprovadamente reconhecida como falsa.

A preocupação com notícias falsas é mundial e as tentativas de combatê-las surgem a todo momento. De acordo com a pesquisa da agência de notícias norte-americana *Associated Press* Americana, as notícias falsas têm cerca de 70% a mais de



divulgação em relação as notícias verdadeiras. Esses dados vêm demonstrando a grande disseminação de tais notícias, o que promove, na maioria das vezes, danos irreversíveis aos envolvidos no processo (AP, 2018).

Diante dessa realidade, é essencial discutir e trazer à tona um esclarecimento sobre os malefícios provocados pela disseminação de informações falsas por toda a sociedade. Assim, espera-se que as fontes de informações utilizadas nesta pesquisa, sejam capazes de esclarecer suas causas e consequências negativas, apontando caminhos possíveis para a diminuição de sua propagação frente aos agentes investigados.

## **2 Objetivos**

### **2.1 Objetivo Geral**

A partir da compreensão acerca do fenômeno das *fake news* ocorridas recentemente no Brasil e no mundo, o objetivo geral deste trabalho é analisar os impactos que essas notícias tem provocado sobre os indivíduos e as organizações, buscando identificar as estratégias adotadas para o combate a sua disseminação.

### **2.2 Objetivos Específicos**

Para alcançar o objetivo geral descrito acima, a pesquisa contou com o desdobramento dos seguintes objetivos específicos:

- Compreender o fenômeno das *fake news*, sua origem, causas e consequências;
- Constatar que a desinformação é uma resultante das *fake news* no contexto atual;
- Comentar o papel das mídias sociais no combate as *fake news*;
- Apresentar medidas de combate as *fakes news* voltadas aos indivíduos e as organizações.

## **3 Fundamentação Teórica**

### 3.1 Fake News

Desde 2016 o termo *fake news* ganhou notoriedade no mundo contemporâneo, em meio ao processo de eleições presidenciais ocorridas nos EUA, sendo promovidas pelos que abasteciam os conflitos entre os candidatos. A partir de então, vem se propagando não só no contexto político, mais em toda a sociedade e no âmbito corporativo (PAULA; BLANCO & SILVA, 2018). São notícias falsas divulgadas sem nenhum senso de responsabilidade que afetam empresas e pessoas, podendo resultar em sérios problemas, como por exemplo, perdas financeiras e processos judiciais, além de refletirem negativamente na imagem dos indivíduos e das organizações (BRAGA, 2018).

Relatos recentes afirmam que as *fake news* são mais antigas do que aparentam ser. Existem fatos apontando que diversas guerras do passado aconteceram através de notícias falsas. Um dos grandes inventores das *fake news* foi Adolfo Hitler, que usava falsas notícias para comandar seu exército e cometer a grande carnificina da segunda guerra mundial. Mesmo não sendo conhecida por esse termo na época, a prática é bastante antiga, sendo utilizada como forma de disseminar a desinformação para se obter vantagens sociais, políticas e/ou econômicas (BRAGA, 2018).

As empresas passam por longos processos para desmentirem notícias falsas, pois muitas vezes são muito bem elaboradas, e infelizmente, bastante compartilhadas pelas pessoas e meios de comunicação. Isso ocorre numa época em que os mesmos estão mais preocupados com *likes* do que com a veracidade da notícia e acabam espalhando notícias inverídicas. Um exemplo disso foi a grande quantidade de notícias falsas utilizadas na última campanha de Donald Trump a presidência dos EUA, onde originou-se o termo. A campanha foi sucedida de falsas notícias e apelos que se propagaram em diversos canais de comunicação por todo o mundo. Mesmo assim, isso não foi o suficiente para impedir que o candidato vencesse as eleições (BRAGA, 2018).

De acordo com Bussular (2018) as *fake news* são criadas para manipular a massa, visando obter resultados em proveito de quem as criam, e o que é mais grave, tem o potencial de induzir ao erro, corromper informações, promover rumores, levantar calúnias a empresas, políticos, pessoas e sua honra, sendo idealizadas com essa finalidade. As notícias são inventadas a todo instante, algumas não são percebidas pelo

público, outras bem perceptíveis. Manchetes sensacionalistas, uso de fontes não confiáveis e relatórios antiéticos, são utilizados com frequência e facilitados pelos meios digitais. Essa ocorrência, muitas vezes, tem provocado um aumento da concorrência desleal entre as empresas de comunicação.

Entretanto, é necessário considerar que muitas notícias são passadas sem a pretensão de incorrer ao erro ou a mentira, mas a falta de exatidão no conteúdo pode levar a julgamentos errôneos, influenciando a receptor a retirar interpretações erradas sobre seu contexto. Em outros casos, isso é feito de modo intencional, manipulando quem a recebe a tirar conclusões erradas (BRAGA, 2018).

### **3.2 Desinformação como Consequência das *Fake News***

Na maioria das vezes as pessoas divulgam notícias falsas no intuito de espalharem seu ponto de vista, mesmo sabendo que se trata de uma mentira. Os motivos são variados, podendo estar relacionados a fundos emocionais, formação pessoal, personalidade e até mesmo fatores sociais e culturais (BUSSULAR, 2018).

Segundo o autor citado, as notícias falsas deixam a sociedade imersa em um dilema sobre o que é realmente verdadeiro ou falso, o que contribui para o cenário de continuidade da desinformação. O fato ocorre porque as pessoas muitas vezes perderam o interesse em procurar pela verdade ou passam a aceitar as notícias como parte dela, deliberadamente, então, como consequência, passam a espalhar os boatos como sendo verdades (KARNAL, 2017).

Conceitualmente a desinformação remete ao ato ou efeito de desinformar, informar de forma errada, ou até mesmo de esconder certos fatos (INFOPÉDIA, 2018, VERBETE DESINFORMAÇÃO, S/P). O problema maior no mundo contemporâneo reside no fato de que ao lado da sociedade da informação reside a sociedade da desinformação que é pouco referenciada, uma servindo de sombra para a outra, e mesmo não sendo objeto de estudo da Ciência da Informação, desinformar faz parte do processo da informação, por isso a magnitude da análise da desinformação não pode ficar descoberta e precisa ser estudada também (CASTRO, 1997).

Desse modo, as *fake news* são um fenômeno real e preocupante na atualidade, onde a desinformação tende a ser uma estratégia adotada por muitos, afim de obterem algum tipo de vantagem. Isso ocorre muitas vezes durante as eleições brasileiras, onde as *fakes* costumam ser compartilhadas com frequência nas redes sociais. Como exemplo, no pódio da notícia mais compartilhada nesse período está um vídeo gravado na cidade de Campinas - SP. O vídeo foi divulgado para apontar que os eleitores se solidarizaram em apoio à saúde do atual presidente Jair Bolsonaro, após o candidato ter sofrido agressão física com um objeto cortante. No total, essa *fake news* atingiu cerca de 238.300 compartilhamentos (G1, 2018).

Em segundo lugar está uma imagem que diz que o então deputado Jean Willis (PSOL) aceitou uma oferta do candidato do PT, Fernando Haddad para Ministro da Educação em uma possível vitória do PT, sendo compartilhada 219.800 vezes. Esse tipo de notícia é crucial para dar suporte aos resultados eleitorais. Outras notícias falsas envolvendo Jean Wyllys podem ter feito com que alguns eleitores tenham alterado seus votos na última hora por causa delas (G1, 2018). Notícias como estas sempre existiram e irão existir, o que pode mudar de fato é a forma com que elas são disseminadas e como impactam a sociedade, tendo como facilitador os meios digitais.

Em terceiro lugar ficou outro vídeo de protesto em apoio ao *impeachment* da ex-presidente do PT Dilma Rousseff, do movimento “Vem pra Rua”, que supostamente continha um manifesto em apoio ao atual presidente da república Jair Bolsonaro, em Copacabana - RJ. O conteúdo foi compartilhado mais de 90.000 vezes. As origens das *fake news* em torno da eleição de 2018 são duvidosas, pois a maioria, coincidentemente, se opôs a Haddad e apoiou o atual presidente. Durante a campanha, o então Bolsonaro chegou a ser acusado de divulgar tais notícias e para evitar dar respostas, não se pronunciava sobre o assunto (G1, 2018).

Esses são alguns exemplos de como as *fake news* são danosas a sociedade e podem afetar milhões de pessoas. Sobre esse contexto, o Ministro da Propaganda da Alemanha Nazista declarou certa vez que “uma mentira contada por repetidas vezes acaba tornando-se uma verdade”. Essa máxima pode ser aplicada ao contexto da política e da publicidade, de forma consciente e intencional, ou não, graças a facilidade

promovida pela *internet* que permite qualquer pessoa postar conteúdos impactantes em tempo real (FERNANDES, 2018).

### 3.3 O Papel das Mídias Sociais nas *Fake News*

O papel das mídias sociais na sociedade nunca foi tão importante, mas a falta de verificação e profissionalismo de muitos jornalistas deu lugar a questionamentos. A melhor forma de combater as notícias falsas é com um jornalismo sério e de qualidade. Além disso, é preciso pensar em como responsabilizar mais seriamente empresas de mídia como *Google* e *Facebook*, porque são empresas de mídia que vendem vários tipos de publicidades (DANIEL, 2016).

As notícias falsas se propagam com muita velocidade e tem o poder de influenciar a todos através de diversas mídias ou canais de divulgação. As histórias mais vistas ganham destaque nos noticiários e envolvem o cotidiano das pessoas. Neste sentido, algumas *fake news* são tão rotineiras que acabam sendo espalhadas como verdades no dia a dia. Elas tendem a causar o mesmo efeito na mídia que na política, pois ambas perdem muita credibilidade e confiança dos leitores que acreditam estar "servindo ao país". Porém, se o público não sair da zona de conforto e buscar as informações verídicas, expõe-se à mídia e acaba sendo manipulado pelas mentiras criadas.

É sabido que as mídias leem o mundo do ponto de vista que lhes é mais benéfico, porém, elas definem a notícia dada, não a importância dos fatos para a população. No Brasil, existem vários casos, como rumores sobre a chamada morte encenada de Marisa Letícia Lula da Silva, esposa do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Ou o caso da declaração do prefeito de São Paulo sobre o fato dos manifestantes da greve geral de 28 de abril de 2017, receberem dinheiro para ir às ruas.

Enfim, os fatos divulgados nem sempre são tidos como relevantes para a população, apesar de serem destacados pela mídia. Mas não é apenas a importância dos fatos que precisa ser levada em consideração, e sim, sua veracidade. Neste sentido, o esforço da sociedade em descobrir essa verificação é essencial, pois nem tudo que é divulgado pode ser considerado como verdade absoluta. Assim, a confiabilidade e a

respeitabilidade dos meios de comunicação que divulgam as notícias devem ser levadas em consideração no sentido de diminuir a propagação das *fake news* (MOURA, 1996).

#### 4 Metodologia

O propósito deste trabalho é apresentar uma compreensão sobre o fenômeno das *fake news* ocorrida recentemente no país e no mundo e seus impactos, a fim de adotar estratégias de combate à propagação dessas notícias, considerando o usuário final (indivíduos) e as organizações (grandes empresas). Neste intuito, buscou-se identificar a postura reativa e proativa desses agentes perante o fenômeno estudado.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa é caracterizada como bibliográfica, cujas técnicas foram respaldadas em fontes como *sites*, revistas, artigos, livros, leis do Código Penal e da Constituição Federal, etc. As análises das informações foram efetivadas considerando a realidade dos fatos e as considerações realizadas pelos teóricos abordados no estudo. O critério adotado para escolha da notícia foi o fato dela ter sido desmentida, ou seja, ter sido comprovada ser uma notícia falsa divulgada pelos meios de comunicação, não tendo limite temporal para sua escolha, bastando serem notícias da sociedade atual.

O trabalho possui abordagem qualitativa, uma vez que existe a busca por dados referentes as motivações de um determinado grupo de indivíduos ou organizações de forma subjetiva. Esse tipo de abordagem procura entender e interpretar determinados comportamentos e opiniões e não tem a intenção de obter número como forma de resultados, mas sim entender de que forma determinada decisão foi tomada pelo grupo estudado.

Neste sentido, os autores Silveira e Córdova (2009, p. 31-32) consideram o seguinte sobre a pesquisa qualitativa:

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.[...]. Os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens.

Em relação aos objetivos, a pesquisa é tida como descritiva e exploratória. Descritiva por descrever os fatos, sem neles interferir. Esse tipo de pesquisa tem como objetivo primordial à descrição das características de determinada população através da coleta de opiniões, percepções e crenças dos sujeitos a serem pesquisados. E exploratória, busca uma maior familiaridade com o problema da pesquisa, tornando-o mais explícito, com possibilidade de aprofundamento futuro das variáveis analisadas (Gil, 2019).

## **5 Resultados e Discussões**

Esta secção sintetiza algumas estratégias atuais para o combate as *fake news* como forma de cumprir com os objetivos desse trabalho. São abordadas as soluções apresentadas por diversos autores que tratam sobre o tema ou as práticas apontadas como eficientes por diferentes órgãos e empresas de mídias sociais. As estratégias foram dispostas considerando o usuário final (indivíduos) e as organizações (grandes empresas) e os veículos de comunicação utilizados pelas mesmas. Nessa disposição, percebe-se que as estratégias, algumas vezes, são proativas, por se anteciparem aos problemas, e outras reativas, por apenas buscarem minimizar seus efeitos. Seguindo essa análise o item 5.1 será dedicado as estratégias de combate as *fake news* direcionadas aos indivíduos e o item 5.2, as estratégias de combate promovidas pelas empresas digitais.

### **5.1 Estratégias de Combate as *Fake News* Direcionadas aos Indivíduos**

As *fake news* são criadas por *sites* que buscam na maioria das vezes ganhar visibilidade ou aumentar seus faturamentos, através de maior visualização nos meios virtuais, ou até mesmo por pessoas mal intencionadas, buscando denegrir a imagem ou reputação de alguém ou de alguma organização.

Existem várias estratégias de combate as *fake news*. São estratégias simples e bastante atuais que podem auxiliar a população nesse processo, como por exemplo, analisar a veracidade da notícia antes de publicá-la, denunciar *sites*, *blogs* e páginas de redes sociais que divulgam notícias falsas. Além disso, fazem parte desse conjunto de

medidas, denunciar aos órgãos competentes a notícia quando for comprovada a falta de veracidade.

A checagem dos fatos é essencial para que a disseminação de notícias falsas não seja efetuada. A revista *Isto É*, divulgou recentemente uma reportagem da professora e educadora norte-americana Wojcicki (2018) defendendo a ideia de que as habilidades jornalísticas são as mais influentes no século XXI. Os alunos deveriam aprendê-la e fazer delas uma estratégia para a verificar as fontes das informações e se precaver dos males proporcionados pelas *fakes*. Outra forma de prevenção, segundo a professora, é ter o cuidado de compartilhar apenas aquilo que realmente compreendeu, pois o conteúdo duvidoso ou mal interpretado é um dos componentes para propagação das notícias falsas.

Especialista da área de comunicação, como a editora da agência de checagem “Aos Fatos”, Tai Nalon, concorda com esse pensamento, e acrescenta que ter senso crítico e adotar a educação digital desde a alfabetização são saídas eficientes e devem acontecer como forma de fomentar mudanças na cultura da sociedade atual (ANSA, 2018).

Karwoski, (2011) também considera que as medidas relacionadas a educação digital da sociedade é uma saída eficaz para evitar a disseminação das notícias falsas que circulam na internet. Para isso é fundamental que a sociedade saiba identificar e questionar informações falsas das verdadeiras. Além de saber diferenciar o que é uma simples informação de uma opinião.

Essas estratégias requer um investimento considerável na formação de professores e um certo tempo pelo fato de muitos terem dificuldades em lidar com a tecnologia. Portanto, o aprendizado digital deve estar associado a responsabilidade educacional a ao compromisso governamental em investimentos nessa área, sendo importante ressaltar que o uso das tecnologias são um caminho sem volta na atual sociedade, portanto, não se ignorá-las (KARWOSKI, 2011).

As estratégias citadas acima são direcionadas para o indivíduo em si e a notícia falsa recebida, não considerando a produção das mesmas. Nessa perspectiva, apesar da existência de leis como “Marco Civil da *Internet*”, que garante a privacidade e proteção dos dados pessoais, garantindo a disponibilidade mediante ordem judicial, e o Código



Penal, que consideram as medidas judiciais voltadas as *fake news*, ainda há um esforço do Congresso Nacional no sentido de criar leis que criminalizam quem produz e distribui as supostas informações falsas (CARNEIRO, 2018).

Existem diversas leis federais que tratam sobre temas relacionados a notícias falsas e estão previstas no Código Penal Brasileiro, podendo ser citada a calúnia como sendo uma delas, estando prevista no artigo 138 do referido código. Se refere a acusar alguém de forma objetiva de ter cometido um crime, sendo esta acusação realizada de forma pública, em sociedade. A lei prevê para esses casos detenção de seis meses a dois anos para punir os infratores, além do pagamento de multa.

Outra infração se refere a difamação, conhecido como uma forma de desonrar alguma pessoa perante a sociedade, obviamente que com a propagação de informações mentirosas, estando prevista no artigo 139 do Código Penal. A punição nesses casos chega a ser para um período de três meses a um ano de prisão e multa. A injúria seria a última forma analisada aqui, e se configura como uma forma de afetar a honra de forma subjetiva, ou seja, diz respeito a um sentimento de respeito pessoal e direta para com a outra parte. Está prevista no artigo 140 do Código Penal e sua pena é de detenção de 1 a 6 meses, além da multa (AVIZ, 2017).

Essas leis já existem em nossa legislação e podem ser usadas para diversos casos. Mas existe no Senado um novo projeto de lei que visa combater e criminalizar a criação e distribuição de notícias falsas na internet e nas redes sociais, definindo punições ainda maiores para isso. No momento, amparado no artigo 1º do Decreto-Lei Nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 do Código Penal, passa a vigorar os artigos 287-A, que assegura o seguinte:

Divulgar informação ou notícia que sabe ser falsa e que possa modificar ou desvirtuar a verdade com relação à saúde, segurança pública, economia ou processo eleitoral ou que afetem interesse público relevante. Pena – detenção, de um a três anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. § 1º Se o agente pratica a conduta prevista no caput valendo-se da *internet*, redes sociais ou outro meio que facilite a disseminação da informação ou notícia falsa: Pena – reclusão, de dois a quatro anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. § 2º A pena aumenta-se de um a dois terços se o agente divulga a informação ou notícia falsa visando obtenção de vantagem para si ou para outrem.

Assim, fica claro que o Código Penal Brasileiro prevê punições para essas infrações e busca com isso uma forma de evitar a propagação dessas notícias em meio a sociedade. Cabe à sociedade agir de forma consciente para que isso venha a ser combatido, sendo essencial o apoio de todos para serem sentidos os seus efeitos.

## 5.2 Estratégias de Combate as *Fake News* Promovidas por Empresas Digitais

Quem contrata as notícias falsas está disposto a algumas atitudes como o investimento financeiro para possibilitar a elaboração das mesmas e sua propagação de forma ágil e confidencial para que não sejam investigadas e descobertas. São gastos altíssimos com aparelhos eletrônicos (computadores, celulares e cartões pré-pagos), pois, agindo assim, não deixarão muita pista de onde encontrá-los. As estratégias adotadas para esconder os delitos vão desde a mudança de endereços dos produtores responsáveis pela notícia, até a alteração de IP “*Internet Protocol*” do computador.

Neste contexto, é importante considerar que medidas relacionadas a postagem e propagação de notícias falsas, já estão sendo tomadas por grandes empresas, como o *Google*, *Facebook*, Grupo Globo e Grupo Folha. Além disso, as organizações ou pessoas podem pesquisar se a notícia é falsa ou verdadeira através do tema de interesse e na sequência listará todas as notícias falsas que foram divulgadas acerca do assunto (CARNEIRO, 2018).

O Quadro 1 a seguir, sintetiza algumas das principais ações estratégicas adotadas por grandes empresas digitais no intuito de combater as *fake news*.

**Quadro 1** – Medidas contra *fake news* promovidas por empresas digitais

EMPRESA	TIPO DE MÍDIA	MEDIDAS CONTRA AS <i>FAKE NEWS</i>
<i>Google</i>	Empresa multinacional de serviços online e <i>software</i> dos Estados Unidos.	Fará a checagem de notícias apontadas como falsas de forma colaborativa; Sistemas para reconhecer pessoas mal intencionadas em espalhar notícias urgentes imprecisas e ajustá-lo para identificar um conteúdo mais legítimo.
<i>Facebook</i>	Mídia social e rede social virtual.	Parceria com as agências de verificação para avaliar fatos denunciados como falsos por usuários do <i>Facebook</i> ; Impedir que o conteúdo seja impulsionado por patrocínio e diminuir em 80% o alcance de suas publicações; Mostrar uma mensagem ao usuário que

		quiser compartilhar o conteúdo alertando que aquela notícia foi identificada como falsa ou exagerada.
<b>Youtube</b>	Plataforma de compartilhamento de vídeos.	Investimento de US\$ 25 milhões para ajudar os veículos a produzir conteúdo em vídeo; Veículos que são considerados confiáveis terão prioridade nas buscas do <i>Youtube</i> ; Deixará as fontes de notícias com destaque na plataforma.
<b>WhatsApp</b>	Aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz/vídeo para <i>smartphones</i> .	Tem por objetivo limitar os destinatários para o encaminhamento de mensagens: Antes, uma mensagem poderia ser enviada à 250 pessoas ou grupo, agora somente para 20 pessoas.
<b>Grupo Globo</b>	Conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e América Latina.	Criou a ferramenta “Fato ou <i>Fake</i> ” para alertar a população contra os conteúdos duvidosos disseminados na internet. Esse projeto monitora as informações e as classifica por selos: “Fato” quando o conteúdo é totalmente verdadeiro; “Não é bem assim”, quando é parcialmente verdadeiro e “ <i>Fake</i> ” quando não possui dados comprovados.
<b>Grupo Folha</b>	Conglomerados de mídia do país.	Projeto COMPROVA: União de 24 organizações de mídias brasileiras que tem como objetivo identificar, checar e combater rumores, manipulações e notícias falsas, especificamente, sobre as eleições.

Fonte: Adaptado de Carneiro, 2018.

Observando o Quadro 1, percebe-se que as principais empresas de relacionamento e mídias sociais vêm promovendo diversas alterações para barrar a propagação de *fake news*, e essa é uma preocupação a nível mundial. Aqui no Brasil, isso se tornou um grande desafio para a gestão pública, pois, se de um lado a população tem acesso à informação, de outro, não se sabe se o conteúdo recebido vem acompanhado de veracidade, fragilizando o conhecimento da verdade e a sabedoria popular, além de contribuir para a possibilidade de criação de novas *fake news* (CARNEIRO, 2018).

Em relação as organizações, por se tratar de entidades burocráticas, passam por longos processos para desmentirem as *fake news* sobre elas e isso tem resultados extremamente danosos a sua imagem, refletindo em diminuição de posição no mercado, perda de clientes e, conseqüentemente, diminuição de lucros (BRAGA, 2018).

Enfim, os danos para as organizações são enormes e por vezes irreversíveis. O fato das notícias falsas serem bem elaboradas, na maioria das vezes, e bastante compartilhadas pelos meios de comunicação, promovem uma sensação de que são verdadeiras, até o momento que sua veracidade chega a ser desmentida. A questão

maior é a quantidade de *likes* ou visualizações das pessoas que pode ser maior para vê-las do que a notícia desmentindo a *fake*.

## 6 Conclusões

O propósito deste trabalho foi apresentar uma compreensão sobre o fenômeno das *fake news* ocorrido por meio digital no Brasil, e os impactos que essas notícias tem provocado sobre os indivíduos e as organizações. Nesta perspectiva, foram elencadas algumas estratégias de combate as notícias falsas como possíveis soluções para auxiliá-los, embasadas em arcabouço teórico, notícias, leis, decretos, etc., que proporcionaram a discussão estabelecida neste artigo.

Assim, a discussão forneceu uma visão geral sobre as principais características da “Era da Desinformação”, o que permitiu uma discussão conceitual dos termos “pós-verdade” e “notícias falsas”, para localizar o contexto histórico da disseminação de notícias falsas e busca da verdade no século XXI, por meio de jornais, televisão, rádio e a maioria das mídias digitais.

As notícias falsas são tidas como problemas a partir do momento em que violam e desencadeiam conflitos de direitos, sendo consideradas um ameaça real para qualquer sociedade. Assim, por mais democratizado que seja o país, ele não pode escapar dos riscos e medos provocados por essas notícias, sendo real a necessidade de responsabilização e punição daqueles que fazem notícias falsas.

Para minimizar estes problemas, foi necessária uma análise crítica da responsabilidade das grandes empresas de mídias sociais, pois, são elas as principais causadoras da disseminação digital, podendo criar vários tipos de violência e hostilidade entre os indivíduos da sociedade.

Neste contexto, as estratégias foram identificadas para combater e prevenir essa disseminação, como meio de amenizar os problemas existentes. No entanto, é necessário que as instituições estatais e o setor privado se unam ainda mais e tomem medidas imediatas e enérgicas para combater as *fake news* a fim de que este problema não se torne ainda mais grave ao longo dos tempos, trazendo consequências negativas para toda a sociedade.

Deste modo, deve haver uma regulamentação e leis para desencorajar e punir esses criminosos. Mas a melhor opção para alcançar a classe social desde a primeira infância é desenvolver programas e atividades com foco em educação digital. Assim, o grande desafio do setor público não é apenas combater as *fake news*, mas sim, tornar a democracia forte e suficiente para que as pessoas possam discernir o que é bom e o que é ruim, ou seja, é formar cidadãos para distinguir uma notícia real de uma notícia falsa.

Deve-se lembrar que a liberdade de expressão é um direito humano fundamental da Constituição Federal, no entanto, é importante ressaltar que uma situação é exercer sua liberdade de expressão para o bem da sociedade e do meio ambiente, e a outra seria usar desse meio para ferir os direitos alheios. Portanto, cabe a cada indivíduo saber usar a liberdade de expressão a favor da sociedade, adotando uma postura coerente com os princípios e verdades estabelecidas em meio a ela.

## 7 Agradecimentos

À Deus, por ter nos permitido mais essa conquista. Ao corpo docente do curso de Administração, pelos valiosos ensinamentos ao longo desses anos. Em especial, a nossa orientadora, professora Cláudia Lúcia, pelas sugestões que embasaram e enriqueceram este trabalho. Por fim, a todos que contribuíram para a conclusão deste trabalho.

## 8 Referências

AFP. **História das ‘fake news’ antes da era Trump**. Isto É, [S.l], jul. 2018. Disponível em: <<https://istoe.com.br/historia-das-fake-news-antes-da-era-trump>>. Acesso em: 16 set. 2022.

ANSA, Agência de notícias italiana. **Educação é chave para combater fake news, diz especialista**. Isto É, [S.l], mai. 2018. Disponível em: <<https://istoe.com.br/educacao-e-chave-para-combater-fake-news-diz-especialista>>. Acesso em 16 out. 2022.

BBC, **‘Fake News’ é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico**. BBC, nov. 2017. *BBC*. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695#orb-banner>>. Acesso: 09 de dez. 2022.

BRAGA, Renê Morais da Costa. **A indústria das fake news e o discurso de ódio.** Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio. Volume I. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 203-220.

BUSSULAR, Luis Filipe. **O impacto das Fake News na vida em sociedade.** JusBrasil, 2017. Disponível em: <[http://fbussular.jusbrasil.com.br/artigos/577903609/o-impacto-dasfake-news-na-vida-em-sociedade?ref=topic\\_feed](http://fbussular.jusbrasil.com.br/artigos/577903609/o-impacto-dasfake-news-na-vida-em-sociedade?ref=topic_feed)>. Acesso em: 10 de jun. 2022.

CARNEIRO, Fabiana Lumena. **Fake news propagadas por meio digital no brasil: desafios para a governança e a gestão pública contemporânea.** 2018. Monografia de conclusão de Curso (Especialização em Administração Pública, Planejamento e Gestão Governamental). Fundação João Pinheiro, Belo Horizonte, 2018. Disponível em: <<http://monografias.fjp.mg.gov.br/bitstream/123456789/2446/1/Fake%20news%20propagadas%20por%20meio%20digital%20no%20Brasil.pdf>>. Acesso em 28 de agosto de 2022.

CASTRO, César Augusto; RIBEIRO, Maria Solange Pereira. **Sociedade da informação: dilema para o bibliotecário.** Transinformação, v. 9, n. 1, 1997. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/22994>>. Acesso em: 09 dez. 2022

BRASIL. **Decreto-lei 2.848 de 07 de dezembro de 1940.** Código Penal. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro, 31 dez.

DANIEL, Vanessa Cristhina Zorek et al. **A democracia das ruas: o caso das manifestações do Brasil (2014-2015).** 2016. Disponível em: <[https://tede.unioeste.br/bitstream/tede/2579/1/Vanessa\\_Daniel\\_2016.pdf](https://tede.unioeste.br/bitstream/tede/2579/1/Vanessa_Daniel_2016.pdf)>. Acesso em 04 Nov 2022.

DE PAULA, Lorena Tavares; DA SILVA, Thiago dos Reis Soares; BLANCO, Yuri Augusto. **Pós-verdade e fontes de informação: um estudo sobre fake news.** Revista Conhecimento em Ação, v. 3, n. 1, p. 93-110, 2018.

FERNANDES, Cláudio. **Propaganda Nazista.** Mundo Educação. Disponível em: <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/historiageral/propaganda-nazista.htm> Acesso em 04 Set 2022.

GIL. A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

G1. **PT, PCO, PSTU e PTC não assinam compromisso contra disseminação de conteúdos falsos, diz TSE.** G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/04/pt-pco-pstu-e-ptc-nao-assinam-compromisso-contradiseminacao-de-fake-news.ghtml>>. Acesso em 3 out. 2022.

BAND NEWS. **Impacto das redes sociais na vida das pessoas.** Programa ponto a ponto com Leandro Karnal. Bande News, 30 dez 2017. Programa de TV, 31min.

Disponível em: <<https://bandnewstv.band.uol.com.br/videos/programa-ponto-a-ponto-leandro-karnal-16372383>>. Acesso em 14 ago. 2022.

KARWOSKI, Acir Mário; BERNARDO, Julio Cesar Oliveira. Educação hoje: "**novas**" **tecnologias, pressões e oportunidades**. Educ. rev., Belo Horizonte, v. 27, n. 2, p. 325-332, Ago 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/edur/a/X8zK6n9F43vGmRtDz3nB5Bp/?lang=pt>>. Acesso em: 03 nov. 2022.

INFOPÉDIA. Dicionário Eletrônico. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/desinformar>. Acesso em 15 agosto de 2022.

MOURA, José Carlos Duarte; MACHADO, Maria de La Salette Coelho. **Contos, mitos e lendas da Beira**. A Mar Arte, Coimbra, 1996. Disponível em: <<http://www.rvj.pt/outrem/conteudos/Contos%20Mitos%20e%20Lendas.pdf>>. Acesso em 8 Set 2022.

NOVO, Benigno. **Fake news e o direito**. Jus.com.br. 2018. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/64666/fake-news-e-o-direito>>. Acesso em 15 ago. 2022.

SILVEIRA, Denise; CÓRDOVA, Fernanda. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre. Ed. UFRGS – Edição 01, 2009. Pagina 31-32. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2022.

WERTHEIN, Jorge. **A sociedade da informação e seus desafios**. Ciência da informação, v. 29, p. 71-77, 2000. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ci/a/rmmLFLlYsjPrkNrbkrK7VF/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 9 out. 2022.