



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Apreensões digitais: a fixação da crença em ambiente de desinformação

Evandro Fonseca

Porto Alegre
2024

Evandro Fonseca

Apreensões digitais: a fixação da crença em ambiente de desinformação

Trabalho de conclusão de curso de graduação
apresentado ao Departamento de Comunicação
Social da Universidade Federal do Rio Grande
do Sul como um dos requisitos para obtenção do
grau de Bacharel em Comunicação Social com
habilitação em Publicidade e Propaganda

Orientador: Felipe Moura de Oliveira

Porto Alegre
2024

[Ficha Catalográfica]

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Autor: Evandro Fonseca

Título do trabalho de conclusão: Apreensões digitais: a fixação da crença em ambiente de
desinformação

Submetido como parte dos requisitos para obtenção do grau de BACHAREL EM
COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E
PROPAGANDA

Aprovado em: 05/02/2024

Comissão Examinadora

Prof. Dr. Marcelo Träsel
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. André Guerra
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar meus sinceros agradecimentos a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho e para minha jornada acadêmica. Primeiramente, minha gratidão aos meus pais, especialmente à minha mãe, cujo apoio inabalável e amor constante foram as bases que sustentaram cada passo anterior e durante este percurso. À memória do meu irmão, que partiu durante a pandemia do COVID-19. Suas memórias são fontes de inspiração, e sua ausência deixa um vazio que nenhuma palavra pode preencher. Sua influência positiva continuará a guiar-me. Agradeço às políticas inclusivas que transformaram meu acesso à educação e que ampliaram meus horizontes. À minha companheira, fonte inesgotável de apoio, agradeço por estar ao meu lado durante cada desafio e triunfo. Expresso minha gratidão ao meu orientador, Felipe Moura de Oliveira, pela orientação valiosa e estímulo intelectual ao longo deste trabalho. Seus insights e conselhos foram cruciais para o desenvolvimento desta pesquisa. Agradeço aos dedicados professores que encontrei ao longo da minha jornada acadêmica. Cada um contribuiu para meu crescimento intelectual, fornecendo conhecimento e inspiração. Suas aulas foram mais do que meras lições; foram experiências transformadoras. Por fim, agradeço a todos que, de alguma forma, cruzaram meu caminho na universidade, deixando uma marca positiva em minha trajetória. Este trabalho não seria possível sem a colaboração e o aprendizado compartilhados com colegas, amigos e toda a comunidade acadêmica.

A todos vocês, o meu mais profundo agradecimento.

RESUMO

O advento da internet e das redes sociais há muito vem transformando a forma como as informações são disseminadas e consumidas. Esse trabalho de conclusão aborda o impacto da desinformação nas redes digitais de comunicação. Ele atravessa o período do COVID-19, analisando estratégias cognitivas à luz dos métodos de crença da Teoria dos Signos de Peirce - tenacidade, autoridade, à priori e científico - na formação de convicções no ambiente digital fora e dentro do contexto da pandemia. O estudo destaca a importância da semiose da desinformação, e os resultados revelam uma interconexão complexa dos métodos de Peirce, desafiando a classificação isolada de cada um deles. Por meio de análise quantitativa e qualitativa, o estudo revela nuances complexas nos processos cognitivos, desafiando a definição clara de prevalência de uma categoria sobre as outras. Ainda assim o método à priori destaca-se, sugerindo que os participantes frequentemente ancoram suas crenças em predisposições pré-existentes. Por outro lado, embora parte significativa do público não acredite em informações oriundas de autoridades simplesmente pelo fato do status de autoridade, o contexto político, notadamente com mudanças constantes das lideranças e a má gestão durante a pandemia, influenciou a confiança nas figuras de autoridade. A tenacidade, ligada ao negacionismo e a uma estrutura tecnicista externa (“câmaras de eco” ou “filtro-bolha”), pode servir como refúgio cognitivo, especialmente quando associada ao método à priori. A ciência, embora considerada, pode ser interpretada como uma forma de autoridade ou ideologia, destacando a necessidade de compreender melhor as inter-relações entre as categorias de crença de Peirce.

Palavras-chave: desinformação, pandemia, crença, digital, cognição.

ABSTRACT

The advent of the internet and social media has long been transforming the way information is disseminated and consumed. This bachelor thesis addresses the impact of disinformation on digital communication networks. It covers the period of COVID-19, analyzing cognitive strategies in light of Peirce's Theory of Signs belief methods - tenacity, authority, *a priori*, and scientific - in the formation of convictions in the digital environment both within and outside the pandemic context. The study highlights the importance of the semiosis of disinformation, and the results reveal a complex interconnection of Peirce's methods, challenging the isolated classification of each. Through quantitative and qualitative analysis, the study unveils intricate nuances in cognitive processes, challenging a clear definition of the prevalence of one category over the others. Nevertheless, the *a priori* method stands out, suggesting that participants often anchor their beliefs in pre-existing predispositions. On the other hand, although a significant part of the public does not believe information coming from authorities simply because of their authority status, the political context, notably with constant changes in leadership and mismanagement during the pandemic, has influenced trust in authority figures. Tenacity, linked to denialism and an external technicist structure ("echo chambers" or "bubble filters"), can serve as a cognitive refuge, especially when associated with the *a priori* method. Science, while considered, may be interpreted as a form of authority or ideology, emphasizing the need to better understand the interrelationships between Peirce's belief categories.

Keywords: disinformation, pandemic, belief, digital, cognition.

Lista de figuras

Figura 1. Perfil dos entrevistados em relação à (A) sexo, (B) idade, (C) país de residência, (D) nível de educação e (E) faixa salarial.	25
Figura 2. Perfil dos entrevistados em relação ao uso das tecnologias, preferências de mídia e plataformas mais usadas para obter informação/notícia.	26
Figura 3. Comportamento dos entrevistados com relação à publicação de informações em redes sociais e o tipo de checagem para aqueles que já publicaram ou compartilharam alguma informação em suas redes sociais.	28
Figura 4. Grau de identificação dos entrevistados comparando uma pergunta das três de cada recorte dedicado a identificar os métodos de crença de Peirce: Tenacidade, Autoridade, À priori e Científico, e comparando-as.	29
Figura 5. Comportamento dos entrevistados de acordo com as categorias de crença frente ao contexto de informações digitais, reunindo duas das três perguntas de cada recorte dedicado a identificar exclusivamente os métodos de crença de Peirce (Tenacidade, Autoridade, À priori e Científico), e comparando-as entre si.	33
Figure 6. Reações e comportamentos do público entrevistado projetando a crença da Tenacidade em situações da Pandemia do COVID-19.	39
Figure 7. Reações e comportamentos do público entrevistado projetando a crença da Autoridade em situações da Pandemia do COVID-19.	41
Figure 8. Reações e comportamentos do público entrevistado projetando a crença À priori em situações da Pandemia do COVID-19.	44
Figure 9. Reações e comportamentos do público entrevistado projetando a crença pelo método científico em situações da Pandemia do COVID-19.	46

Sumário

1 INTRODUÇÃO	1
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	7
2.1 <i>Fake News</i> , Desinformação e Pós-Verdade	7
2.1.1 Contexto e definição	7
2.1.2 Infodemia: pandemia do COVID-19.....	13
2.2 Teoria Geral dos Signos e métodos de crença	15
3. METODOLOGIA.....	22
3.1 Questionário	22
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	24
4.1 Perfil dos entrevistados	24
4.2 Uso e comportamento frente às tecnologias digitais	26
4.3 Identificação e comportamento dos entrevistados pelos métodos de crença de Peirce	29
4.4 Comportamento dos entrevistados no contexto da pandemia do COVID-19	39
5. CONCLUSÃO E PERSPECTIVAS	48
5.1 O que estes resultados, que são em parte estatísticos, nos dizem concretamente sobre cada uma das quatro categorias?	48
6. REFERÊNCIAS	53

1 INTRODUÇÃO

O advento da internet e das redes sociais há muito vem transformando a forma como as informações são disseminadas e consumidas. Embora o ciberespaço tenha impulsionado a conectividade global e o acesso à informação, o que frequentemente se manifesta pelo aumento do ativismo e mobilizações sociais, o aprendizado à distância, a inovação e a colaboração através da ciência, tecnologia, pesquisa e desenvolvimento, essa revolução na comunicação também trouxe consigo um fenômeno sensível à sociedade: a proliferação das *Fake News*¹. Durante a pandemia do COVID-19, esse problema se tornou ainda mais evidente e preocupante, exigindo uma abordagem mais aprofundada e multidisciplinar.

Em tempos de incerteza, nota-se que repetidamente as pessoas buscam informações para tranquilizá-las ou acalmar seus medos, o que razoavelmente torna-as vulneráveis a todo tipo de informação. Se por um lado vivemos em um cenário social onde é raro identificar o que é verdadeiro ou falso, especialmente com o que circula nas redes sociais, por outro, a concepção de impunidade que a tela de um aparelho móvel ainda oferece, viabiliza a transmissão de informações falsas sem que seus autores sofram consequências. Esse fenômeno que tem se popularizado entre usuários e consumidores de conteúdo digital como *Fake News*, sob uma visão construcionista social de Tuominen & Savolainen (1997), destaca-se o papel do contexto social na formação da compreensão da realidade. Nesse panorama digital das interações comunicativas e informativas entre os usuários, *Fake News*, desinformação e Pós-Verdade podem ser consideradas como elementos que contribuem para a construção da nossa compreensão do mundo.

As recentes apreensões geradas pela pandemia do COVID-19 é um fato contemporâneo de um cenário catalisador de medo e ansiedade. Embora o fenômeno da *Fake News* consista na distribuição deliberada de desinformação ou boatos via jornal impresso, televisão e rádios (TACCHINI *et al.*, 2017), TANDOC *et al.* (2017) ressalta que os sites onlines de redes sociais revolucionaram a forma como a informação é divulgada e sobretudo distribuída, permitindo que os usuários compartilhem livremente seus conteúdos e desafiando

¹ Embora o termo *Fake News* não seja central nesse trabalho, é a partir dele que no capítulo 2.1 rastreio a evolução desse fenômeno informacional.

as crenças tradicionais de como as notícias deveriam ser. Notícias falsas podem ser disparadas intencionalmente a fim de gerar utilidades políticas e comerciais, entretanto impondo custos sociais, tornando confuso inferir o verdadeiro estado do mundo ou reais circunstâncias locais (ALLCOTT & GENTZKOW, 2017; SHU *et al.*, 2017). Durante a pandemia do COVID-19, testemunhamos uma disseminação viral de informações incorretas e enganosas que prejudicaram ações coletivas e medidas de saúde pública para conter a disseminação do vírus (SALVI *et al.*, 2021).

Em dezembro de 2021 recebi meu diploma de graduação em Psicologia pela Universidade Paris VIII, na França. No último semestre dos meus estudos, tive a oportunidade, por cortesia do programa Erasmus+, de trabalhar em alguns cursos de graduação e mestrado em Psicologia na Universidade de Constança, Alemanha. Particularmente, tendo em vista minha trajetória e permanência residindo no exterior desde 2017, o tema *Fake News* e seus desdobramentos me chamam a atenção pelas suas similaridades em diferentes lugares do mundo. O tema tem um impacto relevante nas sociedades, seja pelo viés psicológico, social ou comunicacional. Durante a pandemia do COVID-19, a disseminação de informações incorretas sobre tratamentos, medidas de prevenção e a própria natureza do vírus levou a decisões prejudiciais, confusão pública e desconfiança nas autoridades de saúde não somente no Brasil, como também na Itália, Alemanha, França e Dinamarca, países com os quais tive uma relação de residência, estudo e/ou trabalho antes, durante e após a pandemia do COVID-19. Com o cenário institucional em crise, entende-se que as autoridades acabam perdendo credibilidade, dando espaço a Era da Pós-verdade (FALCÃO *et al.*, 2021).

A intenção desse trabalho surge de um contexto social e tecnológico que, embora tenham ganhado holofotes na pandemia do COVID-19 com o termo Infodemia, muito antes já vinham permitindo a circulação, até o momento incontornável, de desinformação. Apesar de essa conjuntura refletir amplamente na praticidade do âmbito social, impactando sem precedentes tomadas de decisões no cenário político e dificultando a preservação da boa administração pública e privada, ela parte ou acaba pegando carona na ampla e rápida disseminação de informações proporcionadas por aplicativos como o *Twitter* e *YouTube*, mas também *Messenger*, *WhatsApp*, *Facebook* e *Instagram* da Companhia Metaverso Meta. Entender o processo de crenças sociais sob uma ótica fenomenológica e teórico-metodológica da semiótica Peirceana, versando sobre um fenômeno social estimulado pelo digital - o qual

permite cada vez mais que pessoas reproduzam e transmitam informações falsas com status de verdadeiras através das suas plataformas sociais - busca também discutir e alertar não somente atores sociais como também a população civil que interage nesse contexto informacional, por hora hostil.

O problema de pesquisa nesse trabalho de conclusão busca responder a seguinte questão: como os hábitos de consumo de informação no ambiente digital, a partir das formas de fixação da crença, contribuem para o cenário atual de desinformação²? O objetivo geral é entender como crenças são estabelecidas através da comunicação em ambientes digitais, especialmente em um contexto onde a pandemia do COVID-19 estimulou e acabou gerando maior visibilidade, através do fenômeno infodemia, à circulação de desinformação. Para além do objetivo geral há outros, mais específicos. Também se procura perceber (i) o nível de checagem das informações e importância sobre as fontes; (ii) assim como se o contexto pandêmico impacta a confiança em autoridades durante a pandemia. Para entendermos o (iii) estabelecimento das crenças, utilizaremos os métodos de crenças explorados pela semiótica de Peirce (1877). Pretende-se identificar (iv) o grau de caracterização dessas categorias no perfil dos entrevistados apontando a configuração de certezas e convicções no espaço informativo digital a fim de potencializar a compreensão do processo da semiose da desinformação.

Brevemente, as categorias de crença de Peirce são: tenacidade, as pessoas resistem e se recusam a aceitar experiências que possam desafiar aquilo que elas já acreditam; autoridade, a qual se dá pela circunstância de uma autoridade, seja política, religiosa, estatal ou celebridade capaz de reprimir a diversidade do pensamento; a priori, as crenças são motivadas por impulsos e desejos que, na realidade, decorrem de preferências que já estamos inclinados a concordar; e científico, método “pelo qual as nossas crenças não possam ser causadas por algo humano, mas por alguma permanência externa – por algo sobre o qual o nosso pensamento não tem efeito”.

É verdade que os hábitos comunicacionais em plataformas digitais cumprem um papel significativo na disseminação e na influência que essas informações provenientes desses ambientes têm sobre os usuários e consumidores digitais. Ainda assim, ao longo do estudo de

² O conceito que melhor acolhe, atende e alcança o objetivo principal desse estudo é o da desinformação. E isso por englobar conceitos como má informação e informação incorreta/imprecisa, essa última fazendo alusão, ao menos no que concerne a tradução literal, direta ao termo *Fake News*.

Recuero & Soares (2020), os quais analisam como se deu a circulação de desinformação a respeito de uma possível “cura” para o coronavírus no *Twitter* brasileiro, compreende-se como o discurso desinformativo em mídias sociais disputa visibilidade e legitimação, em função da participação de autoridades na disseminação, por vezes intencional, dessas informações. A viralidade com que esses aplicativos permitem que informações se espalhem rapidamente, os algoritmos de recomendação (SILVA, 2022), a fomentação da polarização nessas plataformas (REZENDE DE FREITAS *et al.*, 2023), a desintermediação que elas possibilitam, são apenas alguns dos fatores que potencialmente evidenciam a fragilidade educacional sobre as mídias e consequentemente aspectos chave relacionados a esse tema.

A Psicologia Cognitiva abrange uma diversidade de definições que se concentram na análise dos diversos processos cognitivos (STERNBERG, 2012; EINSENK, 2017; NEISSER, 2014). Podemos inferir que a capacidade informativa humana é formada pela cognição, a qual inclui funções cerebrais essenciais para a comunicação, como pensamento, memória e linguagem. Na análise dessa dimensão psíquica, Guareschi *et al.* (2017) traz que “os valores e crenças são muitas vezes considerados como ligados a uma dimensão específica desse psiquismo que se manifesta através dos afetos e emoções das pessoas; essa dimensão afetiva é contraposta, muitas vezes, a outra dimensão que também faz parte de nosso psiquismo e que é denominada de lógica, racional, cognitiva.” Isso abrange a geração de ideias, a escolha de palavras e a interpretação de informações. Recuero & Gruzd (2019) exploraram como o uso de padrões de linguagem nas redes sociais, especialmente no *Twitter*, contribui para a disseminação de informações falsas, em particular aquelas relacionadas à política. Eles destacam que a utilização de elementos narrativos e noticiosos muitas vezes se beneficia da credibilidade e legitimidade associadas à função social do jornalismo para propagar desinformação. Além disso, Tandoc *et al.* (2017) verificam que o recebimento de informações de fontes socialmente próximas pode ajudar a legitimar a veracidade das informações compartilhadas nas redes sociais, uma vez que usuários raramente verificam as informações que compartilham.

Levando isso em conta, o primeiro capítulo deste trabalho de conclusão versa sobre os conceitos oriundos, no meu entendimento, das *Fake News*³, especialmente em ambientes

³ O debate para se definir uma notícia como falsa é extremamente técnico. Não está em jogo uma definição de *Fake News*, entretanto é a partir desse termo, o qual considero o mais popular, que indissociavelmente podemos discutir a desinformação, informação incorreta, má informação, assim como a pós-verdade.

digitais, e traz como pano de fundo o acontecimento histórico da pandemia do COVID-19, os quais juntos potencializam um fenômeno conhecido como infodemia, oferecendo mais combustível para se alcançar o entendimento e contexto da era da pós-verdade. A formatação é apresentada com o intuito de salientar a relevância do tema no contexto atual da comunicação.

Já o capítulo dois traz o ponto de vista pelo qual será investigado o problema da desinformação: a semiótica de Charles Sander Peirce. Esse capítulo trará as releituras dos principais intérpretes e comentaristas da Teoria Geral dos Signos de Peirce, além de vieses da psicologia social, cognitiva e cultural, permitindo por hora atravessar a configuração teórico-metodológica de Peirce, a fim de confirmar, afirmar ou ponderar o comportamento daqueles que interagem no contexto digital.

No capítulo três, a metodologia de entrevista estruturada por meio de um questionário online, o qual foi distribuído em redes sociais digitais como *WhatsApp*, *Facebook* e *Instagram*, será apresentada. Além de padronizar as perguntas e respostas, a aplicação remota tornou a metodologia economicamente viável, com potencial de atingir um grande número de participantes simultaneamente, mesmo geograficamente dispersa. Destaca-se também a vantagem de manter o anonimato dos entrevistados, especialmente importante dada a natureza sensível e pessoal de muitas questões do questionário.

O capítulo quatro apresenta os resultados obtidos no decorrer deste projeto e está dividido em quatro partes: (i) perfil dos entrevistados, (ii) redes sociais mais utilizadas, (iii) comportamento geral em relação às formas de crença e (iv) comportamentos em relação às formas de crença no contexto da COVID-19. Estes resultados são apresentados em gráficos e são discutidos com base na literatura e especialmente nos métodos de crença de Pierce.

No capítulo final, os principais resultados são resumidos e discutidos em termos gerais, e novas perspectivas para esse tema de pesquisa são propostas.

A abordagem de análise adotada infere comparações simples entre as porcentagens ilustradas nos gráficos (até o momento não houve correlações estatísticas entre ambos os recortes categóricos das crenças ou desses com o perfil demográfico). Ao analisar as respostas do público entrevistado, surge a complexidade da interação constante entre as categorias de crença de Peirce, tornando desafiador determinar qual delas predomina sobre as demais. Observa-se que, em ambos os recortes, fora e dentro da pandemia, o método à priori

destaca-se, ancorando-se em crenças motivadas por impulsos e desejos pré-existentes. A tenacidade também se manifesta, especialmente durante a pandemia, ligada ao negacionismo e a uma estrutura tecnicista externa (“bolhas ideológicas”), podendo servir como refúgio cognitivo quando associada ao método à priori. Embora parte significativa do público não acredite em informações oriundas de autoridades simplesmente pelo fato do status de autoridade, o contexto político, notadamente com mudanças constantes das lideranças e a má gestão durante a pandemia, influenciou a confiança nas figuras de autoridade. A relação entre autoridade e ciência como fontes de crença é examinada, questionando se a confiança na ciência deriva da consideração desta como autoridade ou como ideologia, principalmente pelo fato de que fisiologicamente o método científico não faria parte do processo cognitivo primeiro de interpretação. No segundo recorte, o qual foca na pandemia, percebe-se um aumento na representatividade do método científico, indicando um público mais propenso a considerar novas evidências. A hipótese levantada sugere que a desinformação inicia potencialmente pelo método à priori, transitando daí em diante para as categorias subsequentes.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 *Fake News*, Desinformação e Pós-Verdade

2.1.1 *Contexto e definição*

Investigar um tema largamente discutido como *Fake News*, tópico esse que é necessariamente vinculado aos seus meios de circulação, envolve rastrear a evolução desse fenômeno informacional, especialmente em seu contexto digital contemporâneo. Para isso, primeiramente se faz fundamental delimitar o espaço conceitual da informação, a qual se encontra presente em diversos campos do conhecimento por ser uma unidade que estabelece relações interdisciplinares (SOUZA & ROSA, 2020). É importante salientar que, embora as raízes etimológicas das palavras "informação" e "comunicação" sejam diferentes, a noção de informação desempenha um papel crucial na definição de comunicação (ALZAMORA *et al.*, 2021). Nesse sentido, vale ressaltar a contribuição de cientistas norte-americanos como Claude Shannon e Warren Weaver para a ciência da informação, que se deu factualmente por amplos investimentos em pesquisa e desenvolvimento após a Segunda Guerra Mundial (BEZERRA, 2020). Nesse estudo, o autor menciona o alcance teórico de Shannon, que por sua vez problematiza a comunicação através de um viés técnico, referindo-se à precisão limitada com a qual os símbolos podem ser transmitidos. Por outro lado, Weaver problematiza mais dois níveis de imprecisão: o semântico, configurando-se pela justeza com a qual os símbolos transmitidos carregam o significado desejado; e o da eficácia, que tem a ver com o grau de eficácia com que o significado recebido sensibiliza o comportamento. Esse recuo ganha espaço para que se possam estabelecer bases conceituais com o intuito de guiar a proposta desse capítulo de mapear e dialogar com perspectivas sobre *Fake News* e suas diferentes configurações, respeitando a singularidade de cada contexto.

Embora o termo *Fake News* tenha se tornado uma palavra da moda, especialmente após os exercícios democráticos das eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos (ALBRIGHT, 2016) e do plebiscito da saída do Reino Unido da União Europeia (GUARESCHI *et al.*, 2017), o termo ainda não foi incorporado ao português, de acordo com o Manual de Comunicação do Senado Federal. É através de Silverman (2018) que Träsel *et al.* (2019) trazem a origem do termo *Fake News*, o qual foi criado em 2014 diante de uma

notícia falsa de que uma cidade inteira no Texas seria colocada em quarentena depois que uma família contraiu Ebola.

Ao abordar o termo *Fake News*, o faço tendo em vista seu alcance genérico em diferentes esferas sociais, conseqüentemente sendo o mais popular quando o assunto é a potencialidade de uma informação se configurar falsa, mas principalmente por conseguir contemplar desdobramentos conceituais em uma espécie de guarda-chuva para outros conceitos como desinformação, informação incorreta, má informação e pós-verdade. Por meio de uma notável análise, Tandoc *et al.* (2017) levantaram uma tipologia de definições a fim de classificar o termo *Fake News*, tipografia essa orientada pelos domínios de facticidade e intenção. A primeira dimensão refere-se ao grau em que as notícias falsas se baseiam em fatos, enquanto que a segunda refere-se ao grau em que o criador das notícias falsas pretende enganar. Estruturalmente por esse mesmo ângulo tipológico, Shu *et al.* (2017) trazem como características chave a fim de determinar *Fake News* a falta de autenticidade e o propósito de enganar. Nessa ação e esforço para delimitar *Fake News*, Recuero *et al.* (2019), por meio de um estudo de caso que abordou as cascatas de *Fake News* de cunho político no *Twitter*, compreendem que três elementos seriam essenciais para a definição de uma *Fake News*: (i) o componente de uso da narrativa jornalística e dos componentes noticiosos; (ii) o componente da falsidade total ou parcial da narrativa; e (iii) a intencionalidade de enganar ou criar falsas percepções através da propagação dessas informações nas mídias sociais.

O estudo de Tandoc *et al.* (2017) aponta que, dentre definições como sátira, paródia, fabricação, manipulação, publicidade e propaganda, há um padrão na forma como as *Fake News* se apropriam desde a aparência das notícias verdadeiras até a forma da escrita e atribuições que se exprimem por imagens. Apesar disso, tanto Tandoc *et al.* (2017) como Shu *et al.* (2017) entendem que sátiras e paródias de notícias não seriam *Fake News* pelo fato de serem voltadas para o entretenimento e revelarem sua intenção para o consumidor no próprio formato e discurso; em contraste, os agentes de fabricação e manipulação pretendem enganar sem qualquer isenção de responsabilidade (TANDOC *et al.*, 2017). A publicidade, por outro lado, parece estar confinada às *Fake News* em um ciclo de crescimento impulsionado por incentivos financeiros (MILLS *et al.*, 2019) e um jogo de previsibilidade, também configurado como pós-verdade, conectado a grandes centros de dados (VAMANU, 2019). A publicidade programática online, por exigir de seus anunciantes a outorga do controle sobre

onde seus anúncios serão exibidos aos algoritmos, muitas marcas acabam se encontrando em sites de notícias falsas e conteúdo polêmico (MILLS *et al.*, 2019).

Embora o termo *Fake News* seja inegavelmente valorizado, Mota *et al.*, (2023) reconhecem que ele possui certas limitações na tentativa de abordar a complexidade da disseminação de informações falsas na internet. Sullivan (2017), por exemplo, entende que o termo *Fake News* pode ser considerado impreciso, na medida em que se refere a uma grande gama de conteúdos, dentre eles boatos, mentiras e teorias da conspiração, além de informações descontextualizadas, informações falsas ou mesmo conteúdos fabricados com a intenção explícita de enganar. É nesse sentido que pesquisadores como Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) sugerem o emprego do termo '*dis-information*' (desinformação), que engloba conceitos como '*mis-information*' (informação imprecisa/incorreta) e '*mal-information*' (má informação) numa intersecção de conjuntos, representando distorções na informação ou desordens da informação. Resumidamente os autores definem os termos da seguinte maneira: a desinformação é aquela que é deliberadamente falsa e tem a intenção de causar danos; a informação imprecisa/incorreta, ainda que falsa, é um erro do usuário que não tem a intenção de prejudicar e que não beneficiaria ninguém; e má informação é uma informação verdadeira, baseada na realidade, porém tirada do seu contexto original com o objetivo de causar danos. Nessa linha de construção, para da Silva (2022) a desinformação reside no encontro entre informações falsas com o intuito de causar prejuízo, contendo conteúdos falsificados, impostores, manipulados e enganosos, todos criados conscientemente pelos seus autores, que têm pleno conhecimento dessas características.

A fim de explorar um modelo de difusão de informação social com o intuito de entender o comportamento humano informativo, Karlova & Fisher (2013) trazem em sua pesquisa um trabalho precursor de Fox (1983), o qual aborda a relação entre informação e informação imprecisa. O autor afirma que, para uma informação ser validada, não necessariamente ela precisa ser verdadeira, ou seja, mesmo que falsa, a informação imprecisa ainda pode ser informativa. Por outro lado, embora a desinformação normalmente seja imprecisa, pelo fato de ser deliberadamente enganosa, ela assume o conceito de desinformação oferecendo mais apoio a uma visão subjetiva e construcionista da informação (KARLOVA & FISHER, 2013).

À vista da perspectiva social e construcionista já identificada por Tuominen & Savolainen (1997), autores como Herman & Chomsky (2002) e Tuchman (1978) atentam

para o tratamento que as informações recebem não somente de jornalistas, os quais julgam subjetivamente aquilo que deve fazer parte ou não da notícia, como reconhecem uma construção social mais ampla que existe em torno da informação. Por entre White (1950) e Shoemaker & Reese (2013), além de iluminar a vulnerabilidade encontrada na notícia conduzida por jornalistas, Tandoc *et al.* (2017) aponta governo, público e anunciantes também como forças externas responsáveis por essa suscetibilidade sobre a notícia. Desse modo é relevante mencionar o trajeto mercadológico associado às notícias, onde embora estas sejam vendidas ao público, esse mesmo público das notícias é posteriormente vendido a anunciantes (MCMANUS, 1992).

Soma-se às diretrizes de Shannon e Weaver, os quais se concentraram na precisão da transmissão, significado e eficácia dos símbolos, a reflexão pertinente de Ulpiano Toledo Bezerra de Menezes:

“Como os próprios biólogos já vem notando, e eu cito um deles, que é Steven Rose, em um livro intitulado O cérebro do século XXI, a neurociência tem de se definir pelo fato de que, em última instância, o cérebro não trabalha com informação, mas com significados. O que equivale de certa forma a dizer que trabalha com dados históricos. Não há significados permanentes, não há significados por essência. Os significados, como tudo aquilo que é histórico, é mutável.” MENEZES (2007).

Para Santaella (2020), uma das principais pesquisadoras da semiótica na atualidade, ao passo que quase que sem titubear consigamos compreender o significado de *Fake News*, termo popularmente conhecido como “notícias falsas”, o conceito de notícias é algo que entendemos intuitivamente. A autora interpreta nesse estudo sobre a Semiótica das *Fake News* que, primeiro, para ser notícia, o acontecimento precisa ser manejado de sua situação factual para o status de veiculado, o que só se configura como tal se registrado em linguagem e transmitido. Assim, pode-se inferir que notícias são informações transmitidas por diversos meios, que vão desde a comunicação oral e panfletos até jornais, rádios-jornais, telejornais e redes sociais digitais, abordando fatos que ocorrem em diferentes esferas da realidade. Nesse

sentido, a autora corrobora com o grau de protagonismo dedicado não somente à linguagem como também ao formato pelo qual a informação é transmitida.

Existe um co-envolvimento em função das informações e notícias veiculadas em plataformas digitais que é capaz de demonstrar uma complexidade enorme por traz do fenômeno informacional das *Fake News* e a larga posição que isso pode ocupar entre desinformação, informação incorreta e má informação. Com o avanço do ciberespaço e a facilidade de compartilhar informações, o fenômeno das *Fake News* está ganhando cada vez mais espaço e desafiando a confiabilidade do que consumimos diariamente.

A expectativa de que a internet lançaria um tipo de horizontalidade em rede é fortemente criticada por Moretzsohn (2020). A autora traz a perspectiva de que na verdade a era da informação instaura um ambiente de hiperinformação. Sendo assim, uma superfície de insegurança informativa justamente pelo excesso de informação disponibilizada, ao passo que o ciberespaço estaria revelando suas brechas para a disseminação das *Fake News* ao mesmo tempo em que encobre relações de poder da base concreta que lhe deu origem.

Como resultado das revoluções do rádio e da televisão e de um aumento exponencial no uso global da Internet, uma gama potencial de danos foi levada a um nível totalmente novo (BODE & VRAGA, 2017). No início da década de 2000, o crescimento das notícias online gerou um novo conjunto de preocupações, entre elas a de que o excesso de diversidade de pontos de vista facilitaria a formação de "câmaras de eco" ou "filtro-bolha" por cidadãos com a mesma opinião, onde ficariam isolados de perspectivas contrárias (SUNSTEIN 2001a, b, 2007; PARISER 2011). Mais recentemente, o foco da preocupação passou a ser a mídia social, como o Facebook, por exemplo, onde o conteúdo pode ser retransmitido entre os usuários sem nenhuma filtragem significativa de terceiros, verificação de fatos ou julgamento editorial; um usuário individual sem histórico ou reputação pode, em alguns casos, alcançar tantos leitores quanto a Fox News, a CNN ou o New York Times (ALLCOTT & GENTZKOW, 2017).

Nesse sentido, Harsin (2015) salientou a proliferação dos “mercados da verdade”. O autor começou a identificar uma mudança social que parte dos regimes da verdade (*regime of truth - ROT*) para os regimes da pós-verdade (*regime of postruth - ROPT*). O *ROT* corresponderia à sociedade disciplinar, com um funcionamento mais rígido entre os aparatos de mídia/política/educação, os discursos científicos e os árbitros dominantes da verdade;

enquanto que a *ROPT* corresponderia às sociedades de controle, onde o poder explora novas liberdades para participar/produzir/expressar, bem como consumir/difundir/avaliar. Esse desenvolvimento corresponderia ainda à pós-política/pós-democracia, em que as questões, os discursos e a agência para a mudança sociopolítica permanecem restritos, apesar de possibilitarem uma nova gama de participação cultural e pseudopolítica em torno, entre outras coisas, da verdade. O autor menciona que os *ROPT* surgem de estratégias pós-políticas/pós-democráticas comuns às sociedades de controle em que os atores políticos, especialmente os que mais possuem recursos, tentam usar o conhecimento analítico de dados para gerenciar o campo da aparência e da participação, por meio da atenção e do afeto.

O fenômeno das *Fake News* no recorte temporal da pandemia e proliferação de desinformações também está relacionado ao desenvolvimento desses processos comunicacionais atuais, fato que provoca uma ruptura e desestabiliza o lugar que os meios de comunicação, o discurso jornalístico e a ciência até então exerciam com credibilidade e legitimidade na capacidade de transmitir sobre a verdade factual (GIORDANI *et al.*, 2021). Nesse contexto identifica-se com mais textura a configuração da pós-verdade, palavra do ano eleita em 2016 pelo *Oxford Dictionaries*, que segundo o dicionário é quando “circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais” (GUARESCHI *et al.*, 2017; MARMOT, 2017). O termo estava sendo usado com mais frequência junto com "*Fake News*" nas principais revistas médicas (MCCARTNEY, 2016). A concepção contemporânea de pós-verdade e desinformação, impulsionada pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), pode resultar na diminuição da eficácia da ação política nos domínios públicos (RUEDIGER, 2019, p. 7), além de envolver vários tipos de atores sociais, como institutos de pesquisa, agências de relações públicas, políticos, organizações da sociedade civil, jornalistas e cidadãos comuns (TRÄSEL *et al.*, 2019).

Nesse sentido, Guareschi *et al.* (2017) discutem a pertinência indiscutível de abordar a ignorância na construção do fenômeno da pós-verdade. O foco dos autores envolve a dinâmica social contemporânea da relação pós-verdade e política, trazida à tona em 2008 pelo historiador americano Robert Proctor com esse mesmo intento através do termo agnotologia. No livro *Agnotology, the making & unmaking of ignorance*, o autor encontrou quatro subdivisões para a ignorância: ignorância como estado nativo, ignorância como construção passiva, ignorância como construção ativa e ignorância como resistência. O primeiro tipo

seria um vazio a ser preenchido, não necessariamente ruim, mas simplesmente um lugar onde o conhecimento ainda não penetrou; o segundo tipo, ignorância como construção passiva, teria a ver com prioridades, escolha seletiva, onde para se ter um conhecimento abre-se mão de outro; o terceiro tipo, ignorância como construção ativa, é colocado como possivelmente o mais perigoso, pelo foco estar na ignorância, dúvida ou incerteza intencionalmente criada, manipulada e mantida por certos grupos; o quarto e último, a ignorância pela resistência ou virtuosa, é apresentada como uma forma de resistência consciente ao conhecimento em nome da ética, precaução ou preservação de valores morais.

2.1.2 Infodemia: pandemia do COVID-19

A pandemia do COVID-19 é o mais recente evento onde foi possível verificar esse ambiente de hiperinformação. Durante a pandemia, a propagação de informações verdadeiras e falsas sobre o vírus em relação ao cenário pandêmico aumentou rapidamente em um curto espaço de tempo (MOTA *et al.*, 2023). A OMS, junto à Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), considerou esse acúmulo de informações tão significativo que o denominou “infodemia” (OPAS, 2020, p. 2). Segundo ZATTAR (2020), com base OMS, em 2020, chegou-se à conclusão de que infodemia é a propagação de informações em volume excessivo, que, por suas características essencialmente quantitativas, podem ter como reflexo a disseminação de informações falsas (ou imprecisas) que atrapalham o acesso às fontes confiáveis em meio à hiperinformação disponível sobre um tema.

Em janeiro de 2020, a OMS anunciou que o surto de COVID-19, causado pelo novo coronavírus, atendia aos critérios para ser classificado como uma Emergência de Saúde Pública de Interesse Internacional, conforme estabelecido pelo Regulamento Sanitário Internacional (ZATTAR, 2020). Em março do mesmo ano, o surto foi caracterizado como uma pandemia (OPAS, 2020). A COVID-19 é uma enfermidade infecciosa originada pelo coronavírus conhecido como SARS-CoV-2, que pode manifestar-se de várias maneiras, abrangendo desde infecções assintomáticas até casos de óbito.

Em meio a esse cenário desafiador, as respostas nacionais à pandemia assumiram papéis cruciais. No Brasil, o presidente Jair Bolsonaro emergiu como uma figura central, influenciando significativamente a abordagem do país em relação à COVID-19. Suas declarações e posicionamentos contraditórios em relação às orientações de saúde pública e

medidas de contenção adicionaram uma camada complexa à gestão da crise, gerando debates e desafios adicionais para lidar com a pandemia. A postura permissiva de Bolsonaro, evidenciada por discursos minimizadores (tratava-se de “uma gripezinha”, as coisas “deveriam voltar à normalidade”) e promoção de tratamentos não comprovados (o medicamento cloroquina seria uma “cura” para o coronavírus) (RECUERO & SOARES, 2021), contribuiu para um contexto intrincado e desafiador no enfrentamento da COVID-19 no Brasil. Em uma edição da revista *Biomedicine & Pharmacotherapy* que está para começar a circular em fevereiro de 2024, dados demonstrarão que o uso da cloroquina como forma de lidar com a COVID-19, apenas durante a primeira onda da pandemia ainda em 2020, causou a morte de aproximadamente 17 mil pessoas nos países ricos (INSTAGRAM, 2024).

À vista disso, através de uma pesquisa de abordagem qualitativa, Mota *et al.* (2023) analisaram o conteúdo de dez pronunciamentos do ex-presidente Jair Bolsonaro sobre as vacinas no contexto do primeiro ano da pandemia de COVID-19 no Brasil e observaram em todas as falas desordens informativas dos seguintes tipos: má informação (17,6%), informação incorreta (47,1%) e desinformação (35,3%). A disseminação de informações desordenadas desempenhou um papel crucial na criação de um ambiente marcado pela desconfiança e atitudes coletivas de hesitação em relação à vacinação contra a COVID-19, especialmente no que diz respeito à CoronaVac.

Vale ressaltar que, mesmo antes de se tornar presidente da república federativa do Brasil, Jair Bolsonaro já configurava em meio a várias controvérsias. O então candidato fazia uso massivo das mídias sociais durante período eleitoral, e sua campanha, assim como seus apoiadores, foram amplamente associados à disseminação de desinformação (MACHADO *et al.*, 2018; SOARES *et al.*, 2019). No final do ano eleitoral de 2018 e novamente no final do ano seguinte, 2019, a mídia e partidos contrários continuaram fazendo denúncias, acusando a campanha do já eleito presidente de manipulação por meio de uma disseminação intensiva de desinformação (RECUERO *et al.*, 2020).

2.2 Teoria Geral dos Signos e métodos de crença

Certamente, a disseminação de notícias falsas é uma grande preocupação porque apresenta riscos epistêmicos e práticos: à medida que as pessoas tomam decisões importantes sobre suas vidas sejam elas relacionadas à saúde, finanças, educação ou governo, sua confiança em informações imprecisas pode resultar em vários tipos de danos, como doenças, falência, ignorância ou má liderança.

A compreensão do conceito de desinformação, segundo Alzamora *et al.* (2021), precisa contemplar uma perspectiva mais abrangente, não apenas focando na intencionalidade daqueles que produzem engano através de informações falsas com o intuito de interferir na opinião pública, mas também olhando para a configuração de um complexo campo de disputa de sentido, o qual por efeito pode gerar crenças equivocadas e influenciar a formação de hábitos.

É especialmente a partir da Teoria Geral dos Signos, de Charles Sanders Peirce, associada às releituras de seus principais intérpretes e comentaristas, que se pretende dar luz à essa reflexão (MOURA, 2016). Faço da reverência de Santaella os primeiros passos:

Quanto mais o tempo passa, e quanto mais me aprofundo na obra peirceana, mais convencida vou ficando do valor extremo dessa obra na contribuição que pode prestar à compreensão de todos os processos de comunicação de qualquer tipo, ordem ou espécie, tanto no universo biossociológico das humanidades, quanto dos animais e também no mundo das máquinas inteligentes, até em qualquer outro mundo que possamos imaginar no qual ocorram processos comunicativos. Afinal, não há, de modo algum, comunicação, interação, projeção, previsão, compreensão etc. sem signos (SANTAELLA, 2016).

É implicado por Peirce (1877, p. 6) que existem dois estados mentais fundamentais: a crença e a dúvida. Ele descreve a crença como um hábito, o qual orienta nossos desejos e ações, fornecendo uma sensação de conforto e previsibilidade. A crença é vista como anterior

à disposição que nos leva a agir de maneira específica; ela é governada por hábitos estabelecidos que oferecem garantia de resultados conhecidos. Por outro lado, a dúvida é caracterizada como um estado de desconforto que nos impulsiona a agir para superá-la, levando-nos a buscar novas crenças ou mesmo evitar novas evidências a fim de nos mantermos àquelas as quais já conhecemos. Peirce destaca que o processo de adotar novas crenças envolve esforço, já que implica sair de uma condição conhecida e estável. Esse esforço é identificado pelo cientista como uma forma de investigação, enfatizando a dinâmica entre crença, dúvida e o esforço de alcançar uma compreensão mais ampla (ALZAMORA *et al.*, 2021).

Nesse contexto, Peirce identifica quatro métodos de crenças que podem ser utilizados como abordagens para lidar com a incerteza (PEIRCE, 1877). O primeiro método, chamado de método da tenacidade, envolve a fixação de crenças por meio da repetição, onde as pessoas resistem e se recusam a aceitar experiências que possam desafiar aquilo que elas já acreditam. Por analogia, Peirce: “Quando uma avestruz enterra a cabeça na areia assim que um perigo se aproxima, muito provavelmente toma a decisão mais feliz. Esconde o perigo e depois calmamente diz que o perigo não existe; e se se sente perfeitamente segura de que não existe nenhum perigo, para quê levantar a cabeça para ver?” Em contrapartida, embora produza satisfação, isso pode gerar desprezo e ódio em relação a qualquer coisa que a contradiga. Conforme Alzamora *et al.* (2021) destacam, o método da tenacidade reflete o funcionamento das "bolhas ideológicas" nas plataformas de redes sociais online, onde influências humanas e algorítmicas conduzem os indivíduos ao "isolamento", mantendo-os ligados a informações e opiniões que sustentam suas crenças preexistentes. Santaella (2018), ao tratar dos “filtros-bolha”, traz a compreensão de que existe a “formação de um ecossistema individual e coletivo de informação viciada”, que acaba por reforçar, entre grupos afins, a circulação de opiniões repetidas ou crenças pré-existentes.

O método da autoridade aparece como a segunda abordagem, embora considerada por Peirce largamente superior à primeira, e aqui ousou dizer que devido à sua conexão a estruturas de ordens sociais. Nesse caso, a fixação da crença se dá pela circunstância de uma autoridade, seja política, religiosa, estatal ou celebridade capaz de reprimir a diversidade do pensamento. Quando voltamos nossas atenções às plataformas de redes sociais online, é possível perceber o método da autoridade se manifestando no comportamento dos usuários quando informações recebidas de amigos, parentes, políticos, líderes religiosos ou

celebridades com as quais se tem maior afinidade, são compartilhadas com mais frequência (ALZAMORA *et al.*, 2021). Não podemos deixar de mencionar que tanto entre amigos e familiares o status de autoridade normalmente se faz presente, e da mesma forma tem potencial de influenciar na crença daqueles que pertencem ou querem pertencer a certos grupos.

O terceiro método de fixação da crença apresentado por Peirce é o método a priori. Aqui Peirce entende que, embora pareça haver mais razão do que nos métodos anteriores, as crenças são motivadas por impulsos e desejos que, na realidade, decorrem de preferências com as quais já estamos inclinados a concordar (PEIRCE, 1877). É a partir desse método que se percebe teorias conspiratórias ganhando vazão por oferecerem um certo apoio racional, seduzindo o intérprete com argumentos aparentemente lógicos, porém sem validação científica (ALZAMORA *et al.*, 2021).

Consequentemente, a fim de contemplar as dúvidas nesse processo da incerteza, Peirce identificou a necessidade de ser encontrado um método “pelo qual as nossas crenças não possam ser causadas por algo humano, mas por alguma permanência externa – por algo sobre o qual o nosso pensamento não tem efeito” (PEIRCE, 1877). Assim, Peirce constata que o método através do qual consegue se assegurar a qualquer indivíduo chegar à uma conclusão válida usando um raciocínio próprio é o método científico; a base desse método busca se distanciar de argumentos dependentes de condições individuais a fim de garantir a diferentes indivíduos a elaboração de diferentes hipóteses sobre uma mesma dúvida (ALZAMORA *et al.*, 2021).

Para Peirce, o significado não é algo fixo ou absoluto, mas algo que pode ser construído ou entendido ao longo do tempo. Ao invés de se buscar uma definição abstrata, a sugestão é observar e analisar os hábitos que algo (ou alguma coisa) gera, ou seja, é necessário examinar as ações ou padrões de comportamento associados a esse algo. É justo não considerarmos o significado como uma propriedade intrínseca da coisa em si, e sim realizar que a ênfase está nos padrões comportamentais que a coisa induz ou provoca.

Peirce (2008) retoma as reflexões sobre a fixação da crença e afirma que a “[...] essência de uma crença é o estabelecimento de um hábito” (CP 5.398). “Para

desenvolver seu significado, temos, portanto, simplesmente que determinar quais hábitos ele produz, pois o que uma coisa significa é simplesmente quais hábitos ela envolve” (CP 5.400).

Sendo o signo definido como “alguma coisa que”, é fundamental não interpretar a palavra "coisa" como necessariamente referente a uma entidade existente. Conforme utilizado por Santaella (1992, p. 23), Randsell demonstra que entidades ficcionais, imaginárias, sonhadas, míticas, meramente concebidas, entre outras, têm a mesma capacidade de funcionar como signos, assim como as entidades que normalmente identificamos como tendo caráter físico ou histórico. Nesse sentido, Randsell completa que “a semiótica peirceana não tem nenhuma conexão essencial com a psicologia behaviorista, por exemplo, pelo menos na medida em que esse tipo de psicologia assume que os signos são da natureza de estímulos físicos”.

Para que possamos compreender a semiótica ou ação dialética do signo, é necessário que obedeçamos aos três elementos formais ou categorias universalmente presentes em todos os fenômenos: objeto, signo e interpretante; é importante frisarmos que são deles que nascem a semiótica e a definição dos signos. Essas categorias não apenas constituem os alicerces da semiótica, mas também desenham a complexa relação triádica entre esses três elementos. Nesse contexto, a análise da semiose revela-se essencial a fim de apurar as dinâmicas intrínsecas que permeiam a gênese e a evolução dos signos. Consciente da complexidade inerente ao processo semiose, a qual envolve a dialética dos elementos objeto, signo e interpretante, a explicação que seguirá é uma modesta tentativa de iluminar as relações que permeiam essa dinâmica: o possível interpretante é efeito do signo, ao mesmo tempo em que o processa como representação do objeto; o signo ocupa uma função mediadora, sendo determinado pelo objeto simultaneamente à determinação do interpretante pelo signo.

Segundo Santaella (1992), mesmo que a cadeia semiótica se expanda, em signos-interpretantes gerando signos-interpretantes, o vínculo com o objeto será sempre mantido, tendo em vista que o objeto é justamente aquilo que existe e resiste na semiose ou ação do signo. Santaella define esse processo da seguinte maneira:

A ação do signo, que é a ação de ser interpretado, apresenta com perfeição o movimento autogerativo, pois ser interpretado é gerar um outro signo que gerará outro, e assim, infinitamente, num movimento similar ao das coisas vivas (SANTAELLA, 1992).

A semiose ou ação do signo, quando não é plena, produz aquilo que Santaella traduziu como signos degenerados, ou quase signos, como se o seu fluxo fosse interrompido no estágio do energético e não avançasse para o lógico; “são assim chamados porque neles a tricotomia não é genuína, de modo que a trajetória do interpretante não se completa rumo à continuidade” (SANTAELLA, 2008, p. 70). Tendo em vista que para Peirce o lógico é o mais próximo do método científico, parte-se do pressuposto de que na condição de ciência, a semiose é plena. Ainda assim, em semioses incompletas, a produção de um signo poderá ocorrer de qualquer maneira, mesmo que adulterada.

Para que se possa compreender melhor a semiose mencionada a cima, é importante que possamos recuar um passo atrás. Santaella (2008) busca em dois investigadores de Peirce concepções sobre as classificações tricotômicas do interpretante. Para Johansen (1985), a primeira e mais ampla tricotomia (imediate, dinâmico, final) é atravessada pela segunda (emocional, energético e lógico) nas três categorias iniciais. Por outro lado, segundo Savan (1976), a segunda classificação estaria localizada, em relação à primeira, apenas no interpretante dinâmico. Efetivamente, me faço valer desta, a qual, assim como Moura (2016), calculo se concretizar na semiose, portanto, que poderá ser confrontada à análise do processo.

Para Moura (2016, p. 29) é notório o caráter triádico da semiótica de Peirce. Acrescento que sem a visão e coesão de Peirce em reconhecer a interdependência perceptiva desses ingredientes que formam o esquema triádico, dificilmente teríamos a possibilidade de analisar isoladamente as características de cada um deles. A fim de alcançar o processo que Peirce denominou semiose, Moura (2016) elucida a capacidade que os fenômenos têm de afetar qualquer consciência tendo em vista três ordens: “primeiridade, que é ainda apenas qualidade – um aroma não associado a nenhuma outra elaboração de sentido, numa tentativa de exemplificá-la; secundidade, que é quando o fenômeno, ainda na sua singularidade, já é relacionado a modos de operação de sentido; e a terceiridade, que é quando o pensamento é

efetivamente processado e o fenômeno representado por signos produzidos pela mente interpretante”.

Nesse lugar lógico e transitório do interpretante na semiose é que a percepção do público, diga-se nesse trabalho de conclusão, pode ser pensada em perspectiva semiótica; na semiose da desinformação – representada pelo esquema: objeto/COVID-19 ou pandemia – mente interpretante/público – signo/desinformação.

Peirce oferece um conceito sobre pragmatismo que é extremamente importante para pensarmos o próprio conceito da desinformação:

Considere quais efeitos, que possivelmente podem ter aspectos práticos, imaginamos existir no objeto de nossa concepção. Então, nossa concepção desses efeitos é o conjunto da nossa concepção do objeto (CP 5.402).

Como poderíamos entender esse conceito sob a perspectiva do pragmatismo? Alzamora *et al.* (2021) afirmam que o conceito de desinformação equivale ao entendimento que temos do conjunto de efeitos que ela produz na sociedade contemporânea. Sendo assim, os efeitos práticos da desinformação no contexto da pandemia do COVID-19 seriam, por exemplo, a negação da gravidade da pandemia, o reforço de crenças equivocadas sobre a efetividade do tratamento precoce ou mesmo o questionamento da eficácia das vacinas. Para os autores, uma hipótese promissora para se alcançar um entendimento melhor sobre a ideia de desinformação, seria examinar todos os efeitos práticos potenciais que a desinformação provocou no contexto da pandemia.

Sob a luz de Iuri Lotman (1999), Moura (2016) desenha o percurso da semiose pavimentando o contexto que acolhe e permite melhor perceber a dinâmica por onde a semiose acontece. De acordo com o semiótico russo, a esfera pública é entendida como semiosfera, ou seja, espaço não físico em que a vida ganha sentido; enfatizando a cultura, é o espaço em que se constituem as condições para a significação humana sobre o mundo. Assim, sistemas de produção de sentido agem e interagem, numa complexa negociação que, ao

mesmo tempo em que resulta na atribuição de significados aos acontecimentos, transforma-os entre si, avançando a novos arranjos de significação (MOURA, 2016).

A eloquência de Umberto Eco em definir a semiótica na disciplina que estuda tudo que pode ser usado para mentir (1976, p. 06), se faz necessária para destacar o momento que vive a sociedade contemporânea perante a instabilidade que vem sistematicamente sendo promovida por novas formas de intervenção no espaço público a partir das possibilidades de significação dos acontecimentos e o compartilhamento de sentidos nas redes sociais digitais.

Diametralmente opostos, o processo de produção informativa e o desdobramento interpretativo que irá se configurar coletivamente - segundo Peirce o ato interpretativo “é, por natureza, mais geral, social e objetivo do que um ato particular e exclusivo de um só intérprete” (SANTAELLA, 2016, p. 18) - se expressam numa complexa rede de mediações. Jodelet (2017) investiga uma visão singular de Serge Moscovici, o qual compara a representação social com outras formas de conhecimento como ciência, ideologia, visão do mundo etc. Através de uma psicologia a três termos (ego-alter-objeto), Moscovici propõem que quando um sujeito avalia um objeto social (por exemplo, a eutanásia ou a pena de morte) ele não o faz diretamente, mas através da percepção do outro, isso quer dizer do seu próprio grupo-social, cultural, os indivíduos que ele estima dignos de confiança; a percepção que o sujeito terá do objeto, o julgamento que ele formula no seu ponto de vista, é fruto de uma mediatização. Recorrendo à Colapietro (1989), Moura (2016, p. 28) salienta que todos os processos de significação humana no mundo, que têm caráter absolutamente subjetivo, são, ao mesmo tempo, coletivos, na medida em que é pelo compartilhamento de sentidos que a realidade é interpretada.

“Alguns anos depois, em conferências proferidas em Harvard, em 1903, Peirce amadurece o seu entendimento sobre o pragmatismo, relacionando-o às ciências normativas, que ele subdivide em estética, ética e lógica (EP213, p. 133). Por ser um método que trata da conduta deliberada, Peirce procurou evidenciar como o pragmatismo lida não somente com as ações, mas com os pensamentos e os próprios sentimentos. É nesse sentido que ele enfatiza a necessidade de se compreender como devemos pensar (lógica), o que deliberadamente escolhemos fazer (ética) e o que estamos preparados para admirar (estética). Portanto, há um ideal pragmático que não se restringe aos resultados das ações concretas, mas que começa pela nossa capacidade de perceber os fenômenos, admirar suas qualidades, agir de maneira deliberada e refletir sobre seus significados” (ALZAMORA *et al.*, 2021, página 102).

3. METODOLOGIA

A metodologia escolhida nesse trabalho de conclusão foi a aplicação de entrevista estruturada através de um questionário online. A amostragem pretendida nesse estudo delimitou que fosse atendida uma população de ao menos 100 entrevistados, dentre eles todos acima de 18 anos e nacionais brasileiros, mas que não necessariamente estivessem residindo em território brasileiro (isso se deve ao meu percurso em diferentes países como França, Itália, Alemanha e Dinamarca). O disparo do questionário foi realizado via redes sociais digitais como *WhatsApp*, *Facebook* e *Instagram*, a fim de coletar respostas e cumprir com uma quantidade suficiente a ser analisada. Esse tipo de entrevista permite um padrão de perguntas e respostas, o que garante que todos os participantes recebam as mesmas perguntas e instruções. Além disso, esse formato pode ser administrado a um grande número de participantes simultaneamente, tornando-o economicamente viável e facilitando sua aplicação remota. Soma-se a isso, a possibilidade de alcançar uma audiência ampla e diversificada, incluindo respondentes geograficamente dispersos, o que aumenta a taxa de respostas. Por fim, considerando que muitas das questões que compõem o questionário têm um viés sensível e pessoal, permitindo, de forma remota, que os entrevistados permaneçam anônimos.

3.1 Questionário

As primeiras questões do questionário foram formatadas para identificar o perfil dos entrevistados através de perguntas de gênero, idade, local de residência, grau de instrução e faixa salarial. Depois, o recorte de perguntas buscou identificar o perfil dos entrevistados diante do uso das redes sociais. Após possibilitarmos a identificação do perfil dos respondentes nesses dois sentidos, foi utilizada a abordagem filosófica de Charles S. Peirce, “A fixação da crença”. Esse trabalho de Peirce destaca a importância das consequências práticas da interação entre crenças e dúvidas humanas, como seus efeitos em nossas ações influenciam escolhas e comportamentos. Nesse sentido, o autor define quatro categorias de crenças: tenacidade, autoridade, a priori e científica. São através desses quatro métodos que as perguntas de 12 a 23 são elaboradas com a intenção de identificar o perfil de crença dos

entrevistados. Isso significa que três questões foram dedicadas a fim de detectar cada método de crença, totalizando 12 questões dedicadas a esse propósito. Por fim, da questão 24 a 35, os conceitos de crença de Peirce atravessam o contexto da pandemia COVID-19 com perguntas que combinam teoria e fato histórico. Esse conjunto de perguntas também foi construído com o intuito de observar com qual ou quais categorias de crença os entrevistados se identificam mais, porém agora introduzindo os conceitos de crença de Peirce ao momento pandêmico como pano de fundo. Da mesma forma, isso implicou três questões direcionadas a identificar cada um dos quatro métodos de crença, dedicando mais 12 a esse propósito.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Primeiramente os resultados do questionário foram extraídos da plataforma google forms no formato excel.csv. É bom enfatizar que apenas o google forms já oferece alguns gráficos pontuais informando a porcentagem das respostas de cada pergunta (gráfico de setores ou pizza). Nesse caso, para que pudéssemos ampliar não somente a visualização gráfica em conjunto de algumas questões, mas o potencial estatístico de algumas correlações, a planilha gerada no excel foi então importada para a plataforma R. A fim de desenhar melhor os gráficos e assim se tornarem mais ilustrativos, foi usada a plataforma Inkscape.

É importante recordar que o problema de pesquisa nesse trabalho de conclusão busca responder como os hábitos de consumo de informação no ambiente digital, a partir das formas de fixação da crença, contribuem para o cenário atual de desinformação. Nesse sentido, pretende-se entender o efeito da desinformação em campo digital, levando em conta o comportamento de seus usuários a partir dos quatro métodos de crença investigados por Peirce para se abordar as incertezas. Método da tenacidade, as pessoas resistem e se recusam a aceitar experiências que possam desafiar aquilo que elas já acreditam; o método da autoridade se dá pela circunstância de uma autoridade, seja política, religiosa, estatal ou uma celebridade capaz de reprimir a diversidade do pensamento; método a priori, as crenças são motivadas por impulsos e desejos que, na realidade, decorrem de preferências que já estamos inclinados a concordar; método da ciência, método “pelo qual as nossas crenças não possam ser causadas por algo humano, mas por alguma permanência externa – por algo sobre o qual o nosso pensamento não tem efeito”.

4.1 Perfil dos entrevistados

No total, 104 pessoas responderam o questionário, todos de nacionalidade brasileira. O perfil dos entrevistados está ilustrado na figura um (**Fig. 1**). No total 57,7% são do sexo feminino e 42,3% do sexo masculino. A grande maioria dos respondentes têm de 25 a 34 anos (46,2%); seguido de 35 a 44 anos (18,3%), 60 anos ou mais (15,4%), de 45 a 59 anos (14,4%) e de 18 a 24 (5,8%). A maior parcela dos entrevistados reside no Brasil (77,9%); seguido por Dinamarca (13,5%), e outros países, como Alemanha e França, somando 8,7%.

A graduação é o nível educacional mais comum entre os participantes do questionário (47,1%), enquanto que 39,4% já completaram ou estão realizando pós graduação (20,2% mestrado e 19,2% doutorado). Cerca de 20,2% dos entrevistados têm apenas ensino médio. As faixas salariais de 2 a 5 salários mínimos e de 5 a 10 salários mínimos apresentam a mesma proporção de 29,8% para cada faixa entre os entrevistados; enquanto que mais de 10 salários mínimos correspondem a 20,5% e até dois salários 15,4% dos entrevistados.

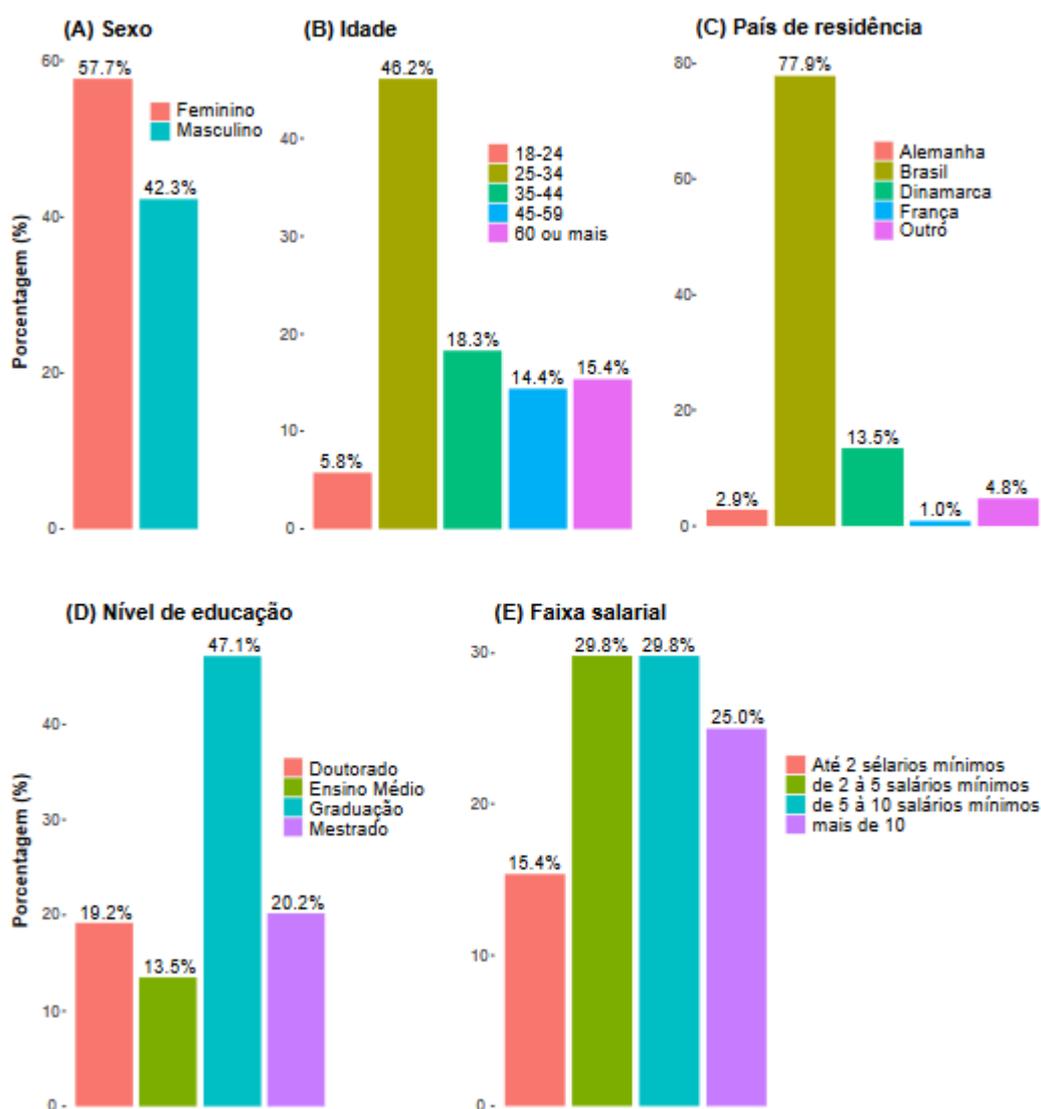


Figura 1. Perfil dos entrevistados em relação à (A) sexo, (B) idade, (C) país de residência, (D) nível de educação e (E) faixa salarial.

Os resultados do perfil dos entrevistados revelam uma pequena diversidade nos dados demográficos, enquanto que a distribuição socioeconômica é relativamente equitativa nas categorias intermediárias, com uma presença considerável nas extremidades do espectro de renda. Há também uma diversidade evidente nas outras dimensões, como idade, gênero e nível educacional. Essa compreensão do perfil dos entrevistados poderá auxiliar na análise subsequente dos resultados do questionário.

4.2 Uso e comportamento frente às tecnologias digitais

Cerca de 95% dos entrevistados usam sempre e com frequência tecnologias digitais em rede (**Fig. 2**), o que claramente indica uma forte presença e adoção generalizada de dispositivos digitais no cotidiano do público respondente. Quando perguntados sobre preferências de mídias em uma questão que permitia optar por mais de uma alternativa ao mesmo tempo, 80,8% escolheram as redes sociais, destacando a relevância das plataformas de mídias sociais na vida digital dos entrevistados. Por outro lado, 43,3% optaram pela TV, 39,4% Radio/Podcast, 37,5% jornais/revistas e 10% outros, indicando que as preferências de consumo de mídia podem variar amplamente.

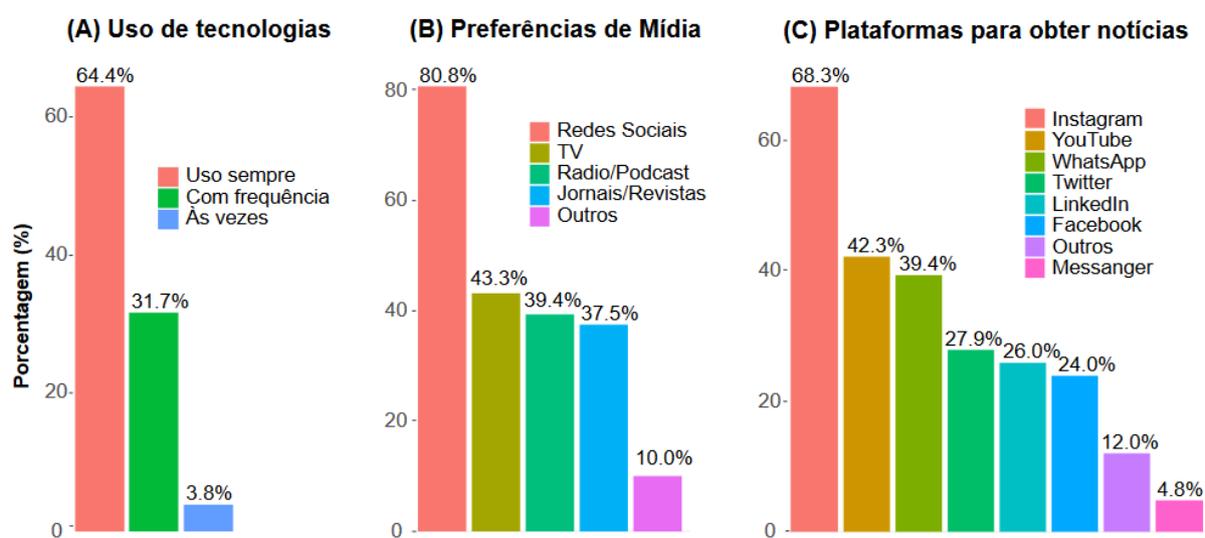


Figura 2. Perfil dos entrevistados em relação ao uso das tecnologias, preferências de mídia e plataformas mais usadas para obter informação/notícia.

Dentre as plataformas mais utilizadas para se obter informações e notícias, *Instagram* encontra-se no topo da lista com 68,3%, indicando a preponderância da plataforma como fonte de conteúdo informativo pelos respondentes; seguido por *YouTube* 42,3%, *WhatsApp* 39,4%, *Twitter* 27,9%, *LinkedIn* 26%, *Facebook* 24%, outros 12% e *Messenger* 4,8%. Em estudo sobre o uso de notícias em plataformas de mídia social em 2020, 53% dos adultos estadunidenses utilizavam as redes sociais especificamente como fonte de notícias pelo menos ocasionalmente (PEW RESEARCH CENTER, 2021a). Mais, considerando que o *Instagram* foi a plataforma majoritariamente mencionada como ferramenta de busca de informação na amostragem deste trabalho corrobora com o fato de que o Brasil foi a segunda nação mais citada pelos usuários globais do *Instagram* em relação à COVID-19 (ROVETTA & BHAGAVATHULA, 2020). Por outro lado, redes sociais contribuem para que o leitor digital, pela perspectiva de Savan (1976), não avance para o interpretante lógico, e sim que parem no interpretante energético ou mesmo emocional. Assim, essas lacunas que as redes sociais permitem interrompem o fluxo de se chegar ao método da ciência, por exemplo, oportunizando um signo degenerado (SANTAELLA, 2008), uma *Fake News*, podendo representar algo que nem existe na realidade.

No que concerne à publicação de alguma informação em redes sociais, 65,4% dos entrevistados já publicaram ou compartilharam alguma informação em suas redes sociais, o que reforça um alto nível de engajamento e atividade dos entrevistados em redes online (Fig. 3). Dentre eles, 48,5% sempre costumam checar a veracidade das informações antes de publicá-las, o que demonstra uma conscientização e preocupação com a qualidade e autenticidade das informações compartilhadas. Além disso, 42,6% costumam checar com frequência, sinalizando um fato importante, onde mesmo que nem todos sempre chequem as informações antes de publicá-las, uma parte majoritária da amostra está ciente da importância de verificar a veracidade das informações. Isso pode indicar que a maioria dos entrevistados está inclinada a adotar práticas mais cautelosas ao compartilhar informações. No entanto, é importante observar que 7,4% checam às vezes, enquanto que apenas 1,5% checam raramente; houve ausência de respostas “nunca”. Esta falta de cuidado ao confirmar a veracidade das informações pode ter consequências graves. Um incidente recente, por exemplo, foi o caso envolvendo a disseminação de notícias falsas pela popular rede social 'choquei', no *Instagram*, a qual afirmava erroneamente que a jovem Jéssica Vitória Canedo estava ligada ao influenciador Whindersson Nunes (G1, 2023). Jéssica sofria de depressão e tragicamente foi encontrada morta logo após a difusão da informação falsa, sublinhando os

perigos da propagação irresponsável de informações não verificadas. Este é um lembrete impactante de que a desinformação pode ter sérias consequências na vida real, deixando claro que a importância crítica de uma abordagem mais cuidadosa e responsável ao lidar com informações online deve ser pauta constante para todo agente de comunicação.

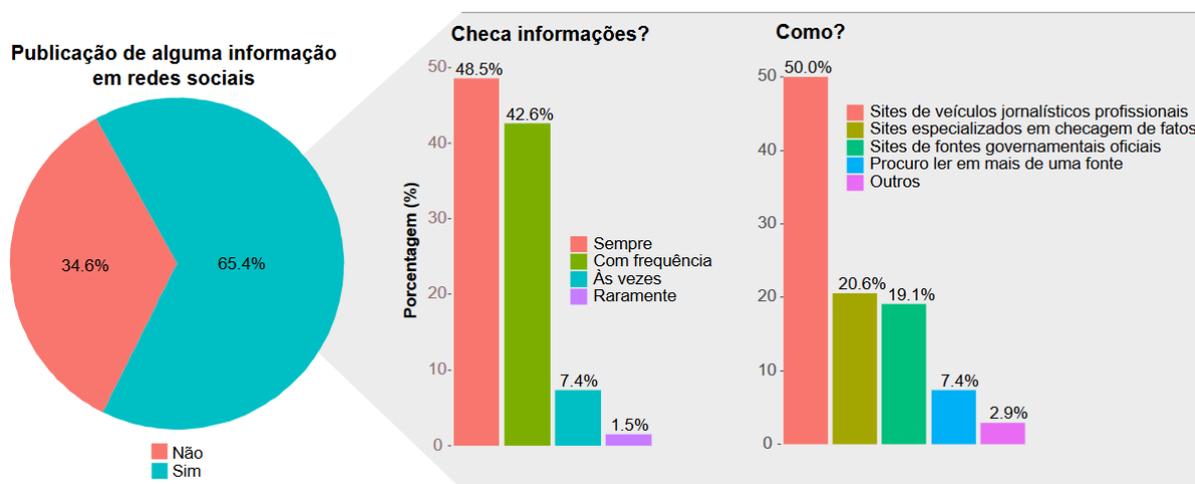


Figura 3. Comportamento dos entrevistados com relação à publicação de informações em redes sociais e o tipo de checagem para aqueles que já publicaram ou compartilharam alguma informação em suas redes sociais.

Quando questionados sobre checagem da veracidade das informações, sites de veículos jornalísticos online ficaram na frente com 50%, sugerindo confiança significativa nesse tipo de fonte. Sites especializados em checagem de fatos e sites de fontes governamentais oficiais somam 20,6% e 19,1% respectivamente, o que demonstra a valorização de fontes independentes e autorizadas. Além disso, 7,4% procuram ler em mais de uma fonte, o que indica uma abordagem mais ampla e cautelosa na busca por informações confiáveis de uma pequena parcela da nossa amostragem. 2,9%, outros, não especificaram seus métodos de verificação.

4.3 Identificação e comportamento dos entrevistados pelos métodos de crença de Peirce

A figura quatro (Fig. 4) aborda quatro questões que fazem parte do questionário. Cada uma delas busca reconhecer, mesmo que indiretamente, o grau de identificação dos entrevistados com os métodos de crença de Peirce: Tenacidade, Autoridade, À priori e Científico. Cada pergunta foi elaborada projetando os conceitos metodológicos de crença de Peirce aos potenciais hábitos de consumo informacional dos respondentes. O mecanismo de medida, que com efeito indicou a porcentagem desse conjunto de perguntas, foi a frequência com que cada entrevistado se enxerga dentro de cada situação.

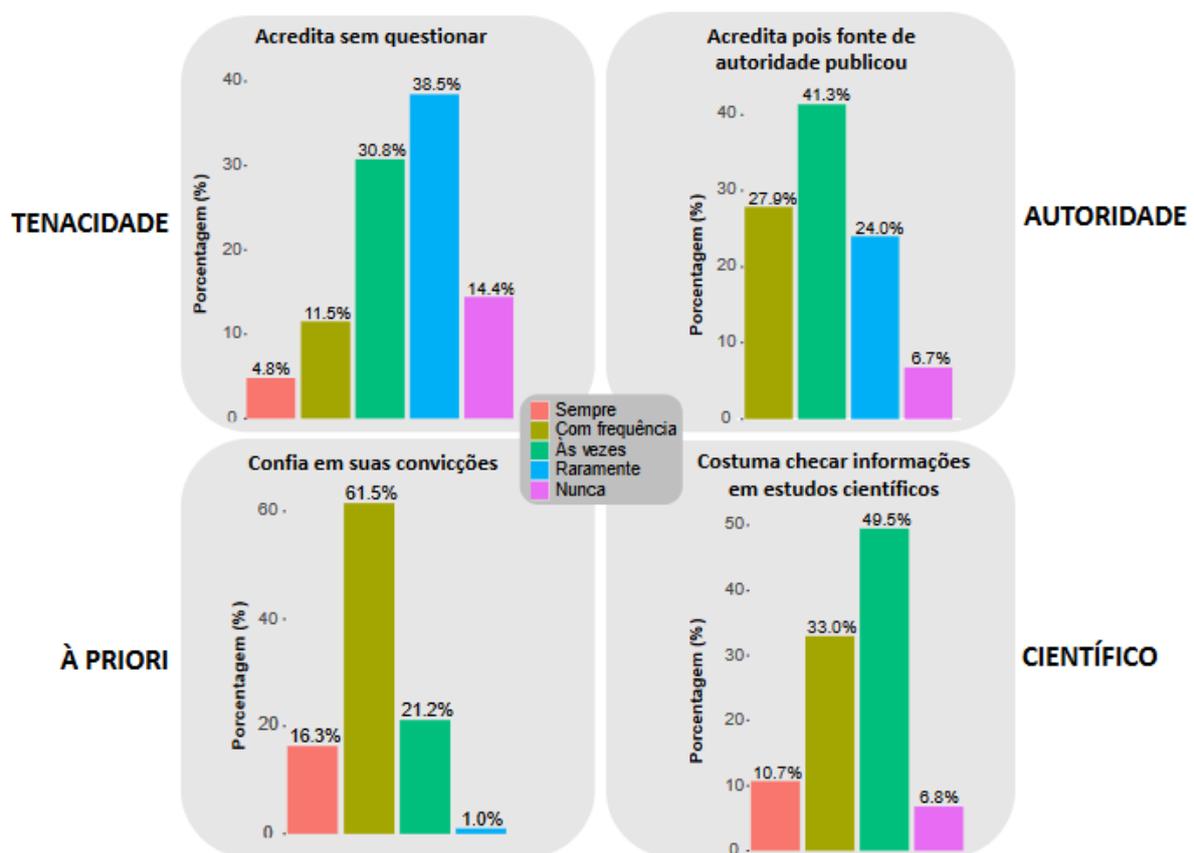


Figura 4. Grau de identificação dos entrevistados comparando uma pergunta das três de cada recorte dedicado a identificar os métodos de crença de Peirce: Tenacidade, Autoridade, À priori e Científico, e comparando-as.

Na questão “com que frequência você acredita em coisas sem questionar se estão certas ou erradas?”, objetivando identificar a crença da tenacidade, aproximadamente 5% dos entrevistados sempre acreditam sem questionar; 10% com frequência acreditam sem

questionar; enquanto que 30,8% às vezes acreditam sem questionar. Por outro lado, 38,5% raramente acreditam sem questionar e 14,4% nunca acreditam sem questionar.

Curiosamente, desses 47,1% dos entrevistados que responderam sempre, com frequência e às vezes, todos utilizam redes sociais sempre ou com frequência; pouco mais de 50% têm de 25 a 34 anos e possuem graduação como nível de educação (ou estão cursando); enquanto que 72% utilizam o *Instagram* como ao menos uma das plataformas para se obter informação. Isso chama a atenção, pois de acordo com uma fonte estatística publicada por Stacy Jo Dixon (2021), aproximadamente 60% das postagens sobre coronavírus no *Instagram* entre setembro e novembro de 2020 foram consideradas informações imprecisas (*misinformation*). Esse cenário pode inferir certa vulnerabilidade àqueles que têm como hábito acreditar sem questionar e que se informam através de redes digitais como o *Instagram*.

A partir das categorias de crenças de Peirce, podemos interpretar que os 47,1% dos entrevistados que sempre, com frequência e às vezes acreditam sem questionar, têm maior predisposição de se configurarem entre os que acreditam pelo método da tenacidade do que os 52,9% que raramente ou nunca acreditam sem questionar. Esse potencial ganha relevância pelo fato de que a tenacidade se caracteriza pela resistência e recusa em aceitar experiências que possam desafiar o que já se acredita (PEIRCE, 1877). Se compreendermos assim como Alzamora *et al.* (2021) que a categoria da tenacidade reflete as chamadas “bolhas ideológicas” online, podemos inferir que esses respondentes estão habituados a receberem os mesmos tipos de informação e das mesmas fontes, sejam elas páginas, perfis de pessoas, organizações e outras entidades, o que os mantém em uma zona confortável, longe de incertezas ou ponderações a respeito das informações que consomem. Esse é um exemplo do método da tenacidade, pois o indivíduo que o adota tende a “[...] manter fora do seu campo de visão tudo aquilo que poderia causar uma mudança nas suas opiniões” (PEIRCE, 2008, p. 11). Entretanto, embora espontaneamente essas pessoas estejam adotando o método da tenacidade, D’Andréa (2020) observa que as redes sociais online, além de serem resultado da atuação de usuários, também o são através dos algoritmos, os quais acabam por formar “câmaras de eco” de informação, que omitem a presença de opiniões divergentes.

Por poder coexistir, as categorias de fixação de crenças não precisam ser percebidas de maneira isolada, pois em determinado contexto elas podem sobressair-se. Nesse sentido, vale ressaltar que ao responderem essa pergunta, assim como outras ao longo do questionário,

os entrevistados podem estar agindo através da categoria da tenacidade como mencionado acima, ou sobrepondo-a às demais categorias, o que potencialmente estaria afastando quase 50% dos entrevistados do raciocínio lógico e consequentemente da ciência como hábito para se acreditar em algo. Ainda assim, mais de 50% do público dessa amostragem, raramente ou nunca acreditam numa informação sem questioná-la, o que potencialmente coloca-os mais próximos do método da ciência como método de crença.

Na questão seguinte “com que frequência você aceita informações como verdadeiras porque essa figura de autoridade disse que são verdadeiras?”, buscamos avaliar as crenças pelo método da autoridade. Identificamos que 27,9% com frequência aceitam informações oriundas de autoridades e 41,3% aceitam às vezes. Isso pode sugerir que, embora possam considerar outros fatores além da autoridade ao avaliar a credibilidade das informações, especialmente aqueles que aceitam às vezes, esse recorte pode apontar uma alta predisposição dos entrevistados em confiar em figuras de autoridade ao avaliar a veracidade das informações. Entretanto, 24% raramente e 6,7% nunca aceitam informações somente pelo fato de ser resultante de uma figura de autoridade; vale ressaltar que nenhum entrevistado respondeu sempre. Através dos métodos de crenças de Peirce, podemos indicar que aproximadamente 70% dos entrevistados (aqueles que responderam com frequência e às vezes) têm potencial de adotarem a autoridade como principal recurso para acreditar nas informações recebidas por redes digitais.

Sob o olhar da categoria à priori, a questão seguinte foi abordada: “com que frequência você confia em suas convicções, no seu conjunto de valores, a fim de avaliar informações digitais?” Como resultado, 16,3% dos entrevistados sempre confiam em suas convicções e conjunto de valores a fim de avaliar informações digitais; 61,5% com frequência se baseiam nesses pilares, 21,2% às vezes e 1,0% raramente; nenhum entrevistado respondeu nunca. Podemos salientar que uma maioria expressiva (99%) sugere uma abordagem consistente respeitando seus próprios princípios ou ideologia e considerando seus próprios valores como guia para discernir a veracidade das informações; fato que reforça a crença do público pelo método à priori. Por outro lado, ainda que potencialmente vinculado à categoria à priori, os 21,2% que responderam às vezes sugerem uma conduta mais flexível desse público, onde outros fatores também são levados em conta. Uma porcentagem inexpressiva, 1,0%, pode assumir uma postura menos dependente de princípios pessoais.

A fim de identificar o perfil científico entre os entrevistados, a pergunta “você costuma checar as informações que você recebe com estudos científicos?” foi proposta. Como resultado, notou-se que 10,7% da amostra sempre checa informações digitais com estudos científicos; 33,0% com frequência e 49,5% às vezes assumem essa atitude. Apenas 6,8% raramente verificam informações digitais por meio de embasamento científico e 1% não soube responder. Esses dados demonstram que parte convincente dos entrevistados (92,2%) potencialmente adota uma abordagem rigorosa, regular ou flexível buscando constantemente respaldo em fontes científicas diante de informações provindas de redes digitais. De outra forma, uma minoria demonstra confiar mais em outras fontes ou métodos.

A figura cinco (**Fig. 5**) reúne as duas perguntas subsequentes de cada recorte dedicado a identificar exclusivamente as quatro categorias de crença de Peirce. A fim de observar o método da tenacidade, as seguintes perguntas foram realizadas: (i) “quando você não tem certeza sobre algo, especialmente quando alguém questiona o que você acredita, como você costuma reagir?”, e (ii) “você acha que as coisas que você costuma acreditar são mais confiáveis do que informações novas e até então desconhecidas?”

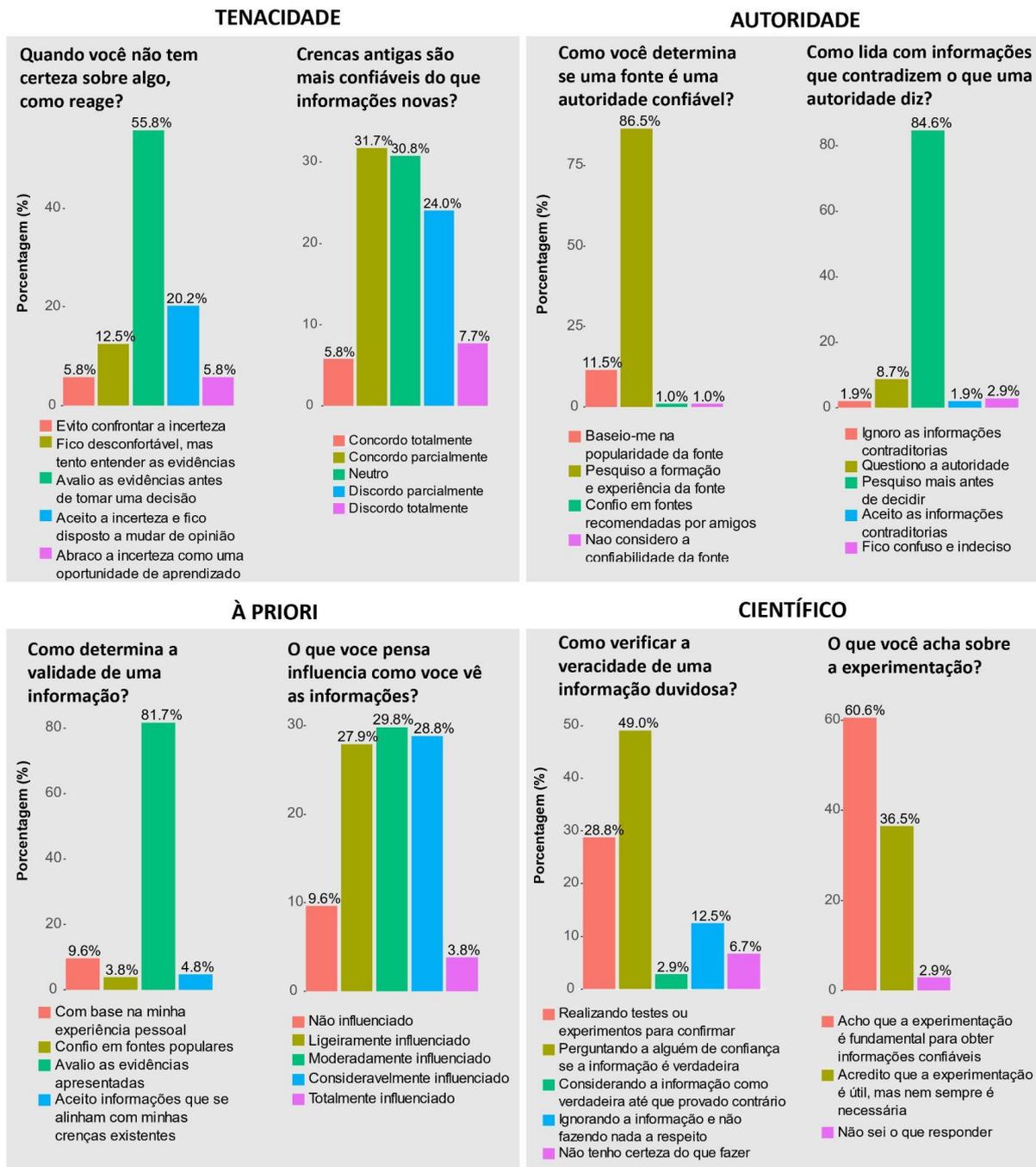


Figura 5. Comportamento dos entrevistados de acordo com as categorias de crença frente ao contexto de informações digitais, reunindo duas das três perguntas de cada recorte dedicado a identificar exclusivamente os métodos de crença de Peirce (Tenacidade, Autoridade, À priori e Científico), e comparando-as entre si.

Na primeira questão a respeito da tenacidade percebe-se que 5,8% dos entrevistados evitam confrontar a incerteza, o que sugere uma inclinação desses respondentes em evitar questionamentos sobre suas crenças; 12,5% ficam desconfortáveis diante dessa situação, mas tentam entender as evidências, o que pode indicar uma abordagem um pouco mais

reflexiva; 55,8% avaliam as evidências antes de tomar uma decisão, o que demonstra que uma maioria expressiva opta por responder mais crítica e analiticamente às incertezas; 20,2% aceitam a incerteza e ficam dispostos a mudar de opinião, indicando que uma parcela também significativa demonstra uma atitude flexível e de adaptação; e 5,8% abraçam a incerteza como uma oportunidade de aprendizado, indicando uma atitude construtiva e mais receptiva frente às incertezas. Parte considerável dos entrevistados (18,3%) nessa questão ao menos direciona adotar um apego ao método da tenacidade quando, ao mesmo tempo, não têm certeza e são confrontados. A combinação desses dois momentos busca compreender não apenas como os entrevistados lidam com sua própria incerteza, mas também como respondem ao questionamento externo em relação a isso. O fato da pergunta relacionar dois momentos pode ter influenciado na escolha das respostas, especialmente porque a incerteza por si só remete à uma situação de desconforto (PEIRCE, 1877, p. 6). Nesse sentido, dividindo essa questão em duas, por exemplo: “quando você não tem certeza sobre algo como você costuma reagir?” e “quando alguém questiona o que você acredita, como você costuma reagir?” poderia ter facilitado o entendimento dos entrevistados e fornecido resultados potencialmente mais precisos. A grande maioria (76%) aponta ter atitudes mais críticas quando suas incertezas são confrontadas, o que distancia a maioria dos respondentes dessa questão da crença pela tenacidade.

Na segunda questão sobre a tenacidade, 5,8% concordam totalmente que crenças ou informações antigas são mais confiáveis do que as novas, o que insinua uma forte confiança em crenças já estabelecidas; 31,7% concorda parcialmente, propondo que essa parcela do público pode ter uma confiança moderada em suas crenças estabelecidas, mas ainda estão abertos a considerar novas informações; 30,8% neutro é uma expressividade alta de entrevistados que podem estar equilibrando ambas as perspectivas ou mesmo serem categorizados dentre aqueles que não saberiam o que responder; 24,0% discorda parcialmente, sugerindo uma disposição importante em considerar informações novas e desconhecidas; e 7,7% discordam totalmente, assinalando uma dependência mínima às crenças já estabelecidas em relação às informações novas e desconhecidas. Podemos inferir que uma parcela ligeiramente superior dos entrevistados, 37,5%, estima que crenças já existentes são mais confiáveis do que novas informações, enquanto que 31,7% sugere uma disposição maior em considerar informações novas e uma dependência menor à crenças já estabelecidas. Assim, podemos apontar que a maioria dos respondentes dessa questão tem ao menos certa inclinação a acreditar pelo método da tenacidade.

No que concerne à observação das atitudes dos entrevistados diante da crença pela autoridade, foram formuladas as seguintes perguntas: (i) “como você determina se uma fonte é uma autoridade confiável em um determinado assunto?” e (ii) “como você lida com informações que contradizem o que uma autoridade diz?”.

Na primeira questão, observou-se que 11,5% dos entrevistados baseia sua avaliação na popularidade da fonte, especialmente em campos onde a expertise é associada à visibilidade pública, apontando que uma parte considerável pode julgar a popularidade como um indicativo de autoridade, o que potencialmente pode viabilizar a crença na informação vinculada. No entanto, é possível que alguém seja popular sem necessariamente ter autoridade, e vice-versa.

Índices numéricos como a quantidade de amigos ou seguidores de um usuário são exemplos de fatores que levamos em consideração na hora de construirmos nossa percepção sobre algo ou alguém, e podem estar diretamente ligados a valores como popularidade, influência e reputação (AMARAL & MOSCHETTA, 2015, p. 27).

A conta no *Instagram* “choquei, já mencionada acima, possui mais de 20 milhões de seguidores, simbolizando certa legitimidade e credibilidade em suas postagens. Isso reforça os riscos associados à desmedida confiança pela popularidade, e esboça os potenciais perigos quando a credibilidade de uma fonte é estabelecida apenas com base em sua visibilidade nas redes sociais. No entanto, 86,5% do público diz pesquisar a formação e experiência da fonte, revelando uma estratégia mais fundamentada na credibilidade da autoridade por parte relevante da amostra. Isso demonstra que parte significativa do público não acredita em informações oriundas de autoridades simplesmente pelo fato do status de autoridade. Apenas 1,0% confia em fontes recomendadas por amigos e 1,0% não considera a confiabilidade da fonte, expressando que recomendações pessoais e abordagens menos críticas não preponderam.

Na segunda questão referente à autoridade (ii), destaca-se que a maioria dos entrevistados (84,6%) demonstrou uma abordagem proativa ao afirmar que realizam

pesquisas adicionais quando confrontados com informações que contradizem o que uma autoridade declara. Isso corrobora com a tendência do público em não determinar uma informação como verdadeira somente pelo fato de ser proveniente de alguém ou algo com status de autoridade. Por outro lado, indica que uma vez exposto a informações oriundas de autoridades, o público julga estar munido de informação relevante, que o faz inclusive pesquisar mais sobre as fontes. Ainda, 8,7% dos participantes indicaram adotar uma postura crítica, questionando diretamente a autoridade em questão. Outros padrões de resposta revelam uma diversidade de reações, onde um percentual de 2,9% dos entrevistados afirmou ficar confuso e indeciso diante de informações conflitantes; uma parcela menor, 1,9%, indicou ignorar as informações contraditórias, enquanto que outra parcela equivalente optou por aceitá-las.

Levando em consideração os métodos de crença à priori, foram formuladas as seguintes perguntas: (i) “como você determina a validade de uma informação antes de aceitá-la como verdadeira?” e (ii) “até que ponto o que você já pensa influencia a maneira como você vê informações que encontra na internet?”

Na primeira questão (i), é importante salientar que ela não foi estruturada para contemplar na semântica da sua pergunta um vínculo direto com o conceito do método de crença à priori. São nas alternativas que se busca identificar se o perfil do público entrevistado se configura nessa categoria. Destaca-se que a maioria dos entrevistados (81,7%) potencialmente poderia se distanciar do método à priori por adotar uma abordagem amparada ao afirmar que avalia as evidências apresentadas antes de aceitar uma informação como verdadeira; e isso devido ao fato de que o amparo pode ter sido feito na autoridade ou na ciência por exemplo. Entretanto, avaliar as evidências apresentadas, alternativa que representa essa porcentagem, não menciona a que tipo de amparo os entrevistados recorrem, os quais podem naturalmente alcançar esse amparo em preferências com as quais já estavam inclinados a concordar. Sendo assim, pode-se hipotetizar que essa alternativa na verdade abre margem para apoiar o método à priori, considerado por Peirce o mais servido de razão em relação aos anteriores, mas que efetivamente decorrem de crenças motivadas por impulsos e desejos previamente consentidos. Ainda, 9,6% baseiam sua avaliação na experiência pessoal, demonstrando uma tendência a confiar em vivências individuais; e uma parcela de 4,8% dos entrevistados indicou aceitar informações que se alinham com suas crenças existentes. Essa soma de 14,4% representa um nexos maior com o método de crença à priori por parte do

público entrevistado. Por outro lado, 3,8% confiam em fontes populares como critério de validação.

Já na segunda questão (ii) sobre a crença à priori, observou-se uma maior homogeneidade nas respostas. Cerca de 30% dos participantes em cada alternativa intermediária (ligeiramente, moderadamente e consideravelmente influenciado) indicaram serem influenciados em algum grau pelo que já pensam ao se depararem com informações na internet. Em contrapartida, as alternativas extremas de respostas, 'não influenciado' e 'totalmente influenciado', obtiveram porcentagens menores, com 9,6% e 3,8%, respectivamente. Essa uniformidade sugere uma distribuição mais equilibrada na influência das crenças prévias sobre a percepção de informações online. Embora as alternativas ligeiramente, moderadamente e consideravelmente permitam que os participantes expressem nuances em relação ao grau de influência, reconhecemos que por ser bastante subjetiva a diferença semântica entre os termos, isso pode ter aumentado a dificuldade de interpretação e potencial de ambiguidade por parte do público. Ainda assim, pela conotação semelhante entre os três termos, podemos reunir as três categorias intermediárias em uma única fatia percentual dessa questão (86,6%), o que pode refletir a força desse método de crença, que por oferecer um certo apoio racional estimula o interpretante com argumentos aparentemente lógicos (ALZAMORA *et al.*, 2021), cobrindo impulsos e desejos já estabelecidos.

Explorando a perspectiva em relação ao método científico, as seguintes perguntas foram formuladas: (i) “quando você se depara com uma informação duvidosa, como prefere verificar sua veracidade?” e (ii) “o que você acha sobre a experimentação, o teste laboratorial, como método para entender o mundo ao seu redor?”

Na primeira questão (i) temos a mesma situação semântica abordada anteriormente. É apenas nas alternativas que se aborda diretamente o método da ciência. Nesse sentido, observa-se que a maioria dos entrevistados adota abordagens ativas para verificar a veracidade de informações duvidosas. Em torno de 49% recorre a pessoas de confiança, enquanto que 28,8% preferem realizar testes ou experimentos para confirmar a validade da informação. Por outro lado, uma parcela considerável de 12,5% opta por ignorar a informação, não tomando nenhuma providência, enquanto 6,7% confessam não ter certeza sobre como proceder. Uma minoria de 2,9% adota uma postura de considerar a informação como verdadeira até que seja provado o contrário.

Público expressivo da amostragem (49%) recorre a pessoas de confiança para verificar a veracidade de informações. É natural que diante da dúvida tenhamos uma predisposição de valer-se daqueles que compõem nosso grupo social mais próximo. Porém, por que algumas pessoas preferem acreditar em notícias compartilhadas por seus contatos nas redes sociais on-line do que nos próprios veículos de imprensa? Jodelet (2017) recorre a Moscovici para explicar que quando um sujeito avalia um objeto social ele não o faz diretamente, mas através dos indivíduos que ele estima dignos de confiança. Além disso, Tandoc *et al.* (2017) verificam que o recebimento de informações de fontes socialmente próximas pode ajudar a legitimar a veracidade das informações compartilhadas nas redes sociais, uma vez que usuários raramente verificam as informações que compartilham. Ainda assim, vale recordar que dos 65% do público entrevistado neste trabalho de conclusão que já publicou ou compartilhou informações em redes digitais, antes de fazê-la, a grande maioria diz sempre ou com frequência ter checado as informações em sites profissionais de conteúdos jornalísticos ou em fontes independentes e autorizadas.

Na segunda questão (ii), a maioria dos entrevistados (60,6%) reconhece a experimentação como fundamental para obter informações confiáveis. Outros 36,5% acreditam que a experimentação é útil, embora nem sempre necessária. Apenas uma pequena parcela, 2,9%, não soube responder, enquanto que nenhum participante questionou a importância da experimentação. Esses resultados indicam uma valorização geral da experimentação como método confiável para compreender o mundo, destacando a prevalência da confiança no rigor científico.

4.4 Comportamento dos entrevistados no contexto da pandemia do COVID-19

Esta seção explora o comportamento dos entrevistados no cenário da pandemia do COVID-19, analisando suas atitudes e ações em relação às informações, e consequentemente às crenças e decisões relacionadas à crise global de saúde. A fim de compreender melhor os padrões de comportamento do público entrevistado durante a pandemia, associamos esse contexto aos quatro métodos de Peirce: tenacidade, autoridade, à priori e científico.

A figura seis (**Fig. 6**) ilustra as respostas dos participantes às perguntas sobre como eles reagem a informações contraditórias durante a pandemia. As perguntas foram construídas com base no conceito da crença pelo método da tenacidade.

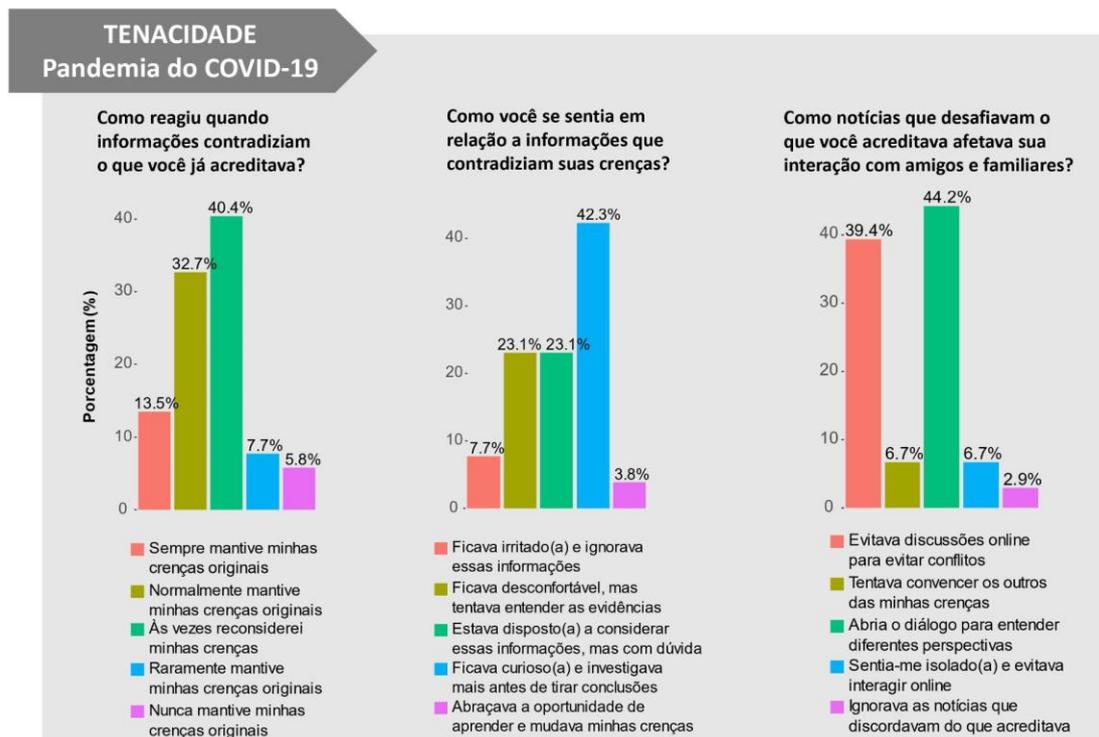


Figure 6. Reações e comportamentos do público entrevistado projetando a crença da Tenacidade em situações da Pandemia do COVID-19.

Neste contexto, as perguntas foram elaboradas da seguinte forma: (i) ao receber informações sobre a pandemia do COVID-19 pelas redes sociais, como você geralmente reagiu quando essas informações contradiziam o que você já acreditava? (ii) quando você recebia informações sobre a pandemia do COVID-19 que contradiziam suas crenças, como

você se sentia em relação a essas informações? e (iii) quando você se deparava com notícias sobre a pandemia que desafiavam o que você acreditava, como isso afetava sua interação online com amigos e familiares?

Na primeira questão (i), ao receber informações sobre a pandemia através das redes sociais, a maioria dos participantes (40,4%) relatou que às vezes reconsideraram suas convicções, enquanto 32,7% indicaram que normalmente mantiveram suas crenças originais. Os demais entrevistados responderam que sempre (13,5%), raramente (7,7%) ou nunca mantiveram suas crenças originais (5,8%).

Na segunda questão (ii), quando confrontados com informações que contradiziam suas crenças, o público demonstrou as seguintes reações: a maioria (42,3%) ficou curiosa e investigava mais antes de tirar conclusões; enquanto que outros se sentiam desconfortáveis, embora dispostos a considerar as evidências (23,1%); já aqueles que estavam dispostos a considerar essas informações, o faziam com dúvida (23,1%). Uma parcela menor (7,7%) admitiu ficar irritada e ignorar as informações quando essas contradiziam suas crenças, enquanto 3,8% abraçavam a oportunidade de aprender e mudar suas crenças.

Em relação à terceira questão (iii), quanto ao impacto nas interações online com amigos e familiares diante de notícias que desafiavam crenças já estabelecidas, 44,2% do público entrevistado optou por abrir o diálogo para entender diferentes perspectivas. Em contrapartida, 39,4% evitavam discussões online para prevenir conflitos. Algumas minorias expressaram comportamentos mais assertivos, como tentar convencer os outros de suas crenças (6,7%), sentir-se isolado e evitar interações online (6,7%), ou simplesmente ignorar as notícias que discordavam de suas crenças (2,9%).

Combinando o método da tenacidade ao contexto da pandemia, podemos apontar diante da primeira questão que ao menos 46,2%, uma parcela relevante da amostra, demonstra resistir e não mudar de opinião quando colocada frente à informações que divergem daquilo que já se sabe. Se somarmos a essa porcentagem aqueles que às vezes resistem à informações divergentes, temos como potencial 86,6% do público entrevistado iminentemente se caracterizando pelo método da tenacidade. Deve-se levar em conta que esse comportamento do público, conforme demonstrado por Alzamora *et al.* (2021) e Santaella (2018), pode ser amplamente reforçado pelo isolamento conduzido por influência humana e algorítmicas das “bolhas ideológicas” ou “filtros-bolha”, as quais podem formar perspectivas

informativas enviesadas ou mesmo distorcidas. Quando observamos a segunda questão, embora parte relevante do público (42,3%) tenha se mostrado curioso e disposta à investigação, o desconforto, a dúvida, e a irritação (53,9%) receberam mais reconhecimento do público, o que indica a potencialidade de que qualquer coisa que contradiga a cognição de quem percebe a realidade majoritariamente pelo método da tenacidade possa gerar desprezo e até ódio. Já quando levantamos a terceira questão, notamos que 49% do público entrevistado sobre se deparar com notícias sobre a pandemia que desafiavam o que você acreditava e como isso afetava a interação online com amigos e familiares, ou evitava discussões para não entrar em conflito, ou sentia-se isolado por evitar interações online, ou simplesmente ignorava as notícias que discordavam de suas crenças.

Na figura sete (**Fig. 7**), apresentamos as respostas dos participantes às perguntas relacionadas à crença da autoridade durante a pandemia do COVID-19. As questões exploraram (i) a confiança nas informações compartilhadas por figuras de autoridade, (ii) a abordagem diante de informações contraditórias provenientes dessas figuras e (iii) as reações quando as autoridades divergiam das crenças do público respondente.

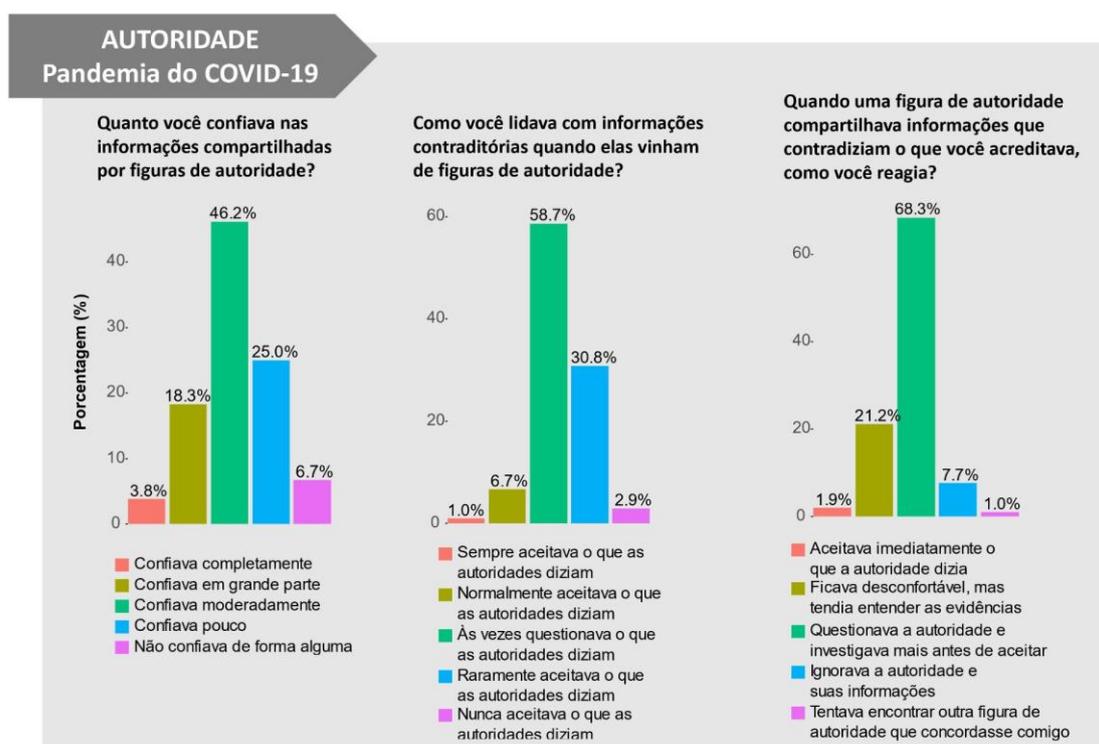


Figure 7. Reações e comportamentos do público entrevistado projetando a crença da Autoridade em situações da Pandemia do COVID-19.

Neste contexto, três perguntas foram elaboradas: (i) quanto você confiava nas informações sobre a pandemia do COVID-19 compartilhadas por figuras de autoridade em suas redes sociais? (ii) como você lidava com informações contraditórias sobre a pandemia quando elas vinham de figuras de autoridade? e (iii) quando uma figura de autoridade compartilhava informações sobre a pandemia que contradiziam o que você acreditava, como você reagia?

Na primeira questão (i), a maioria dos entrevistados (46,2%) revelou confiar moderadamente nas informações compartilhadas por figuras de autoridade. Outros 25% admitiram confiar pouco, enquanto 18,3% confiavam em grande parte das informações oriundas de figuras de autoridade. Uma parcela de 6,7% afirmou não confiar de forma alguma, e 3,8% confiavam completamente nas informações das autoridades.

Na segunda questão (ii), que diz respeito às informações contraditórias, 58,7% dos entrevistados afirmaram questionar ocasionalmente as informações provenientes de autoridades. Por outro lado, 30,8% relataram raramente aceitar o que as autoridades diziam. Uma minoria de 6,7% normalmente aceitava, enquanto 2,9% nunca aceitavam, e apenas 1% sempre aceitavam.

No que concerne à terceira questão (iii), quanto às reações diante de contradições com figuras de autoridade, a maioria (68,3%) adotava uma postura crítica, questionando a autoridade e investigando mais antes de aceitar as informações. Um grupo de 21,2% admitia sentir desconforto, mas tendia a compreender as evidências. Uma parcela de 7,7% optava por ignorar a autoridade e suas informações, enquanto 1,9% aceitavam imediatamente o que a autoridade dizia. Apenas 1% buscava encontrar outra figura de autoridade que concordasse com suas perspectivas.

Combinando o método da autoridade ao contexto da pandemia, podemos ver que o termo autoridade pode revelar conotações diferentes na primeira questão, principalmente quando 31,7% do público afirma confiar pouco ou de forma alguma em informações sobre a pandemia do COVID-19 compartilhadas por figuras de autoridade. A terceira questão buscou confrontar o método da autoridade e o método a priori, demonstrando que 76% dos entrevistados foram críticos diante das informações provindas de autoridades ou as ignoravam, enquanto que 21,2% sentia desconforto com as informações de autoridades que

confrontavam aquilo que já se acreditava, embora acabassem compreendendo as evidências. É evidente que o momento pandêmico por si só revelava uma realidade não só local de muitas incertezas, porém aqueles governos que não foram capazes de criar uma unidade comunicativa eficaz para enfrentar as consequências do vírus, potencialmente abriram margem maior à desconfiança e comportamentos aleatórios ou individualistas.

Esses resultados chamam a atenção pela taxa de desconfiança nas atitudes dos entrevistados em relação à crença nas autoridades durante a pandemia, evidenciando níveis de confiança não uniformes, abordagens críticas e estratégias de resposta diante de informações contraditórias provenientes de figuras de autoridade. Este cenário pode ser atribuído, em parte, ao contexto político durante o ano da pandemia, destacadamente com a gestão do presidente Jair Bolsonaro, e às diversas mudanças nos ministros da saúde ocorridas durante esse período. A instabilidade política e as incertezas na liderança possivelmente impactaram diretamente a forma como os entrevistados percebem e respondem às informações provenientes de autoridades.

A figura oito (**Fig. 8**) exhibe as respostas do público entrevistado às perguntas sobre a crença à priori durante a pandemia do COVID-19, destacando as abordagens e comportamentos diante de informações alinhadas ou contraditórias às suas crenças pré-existentes.

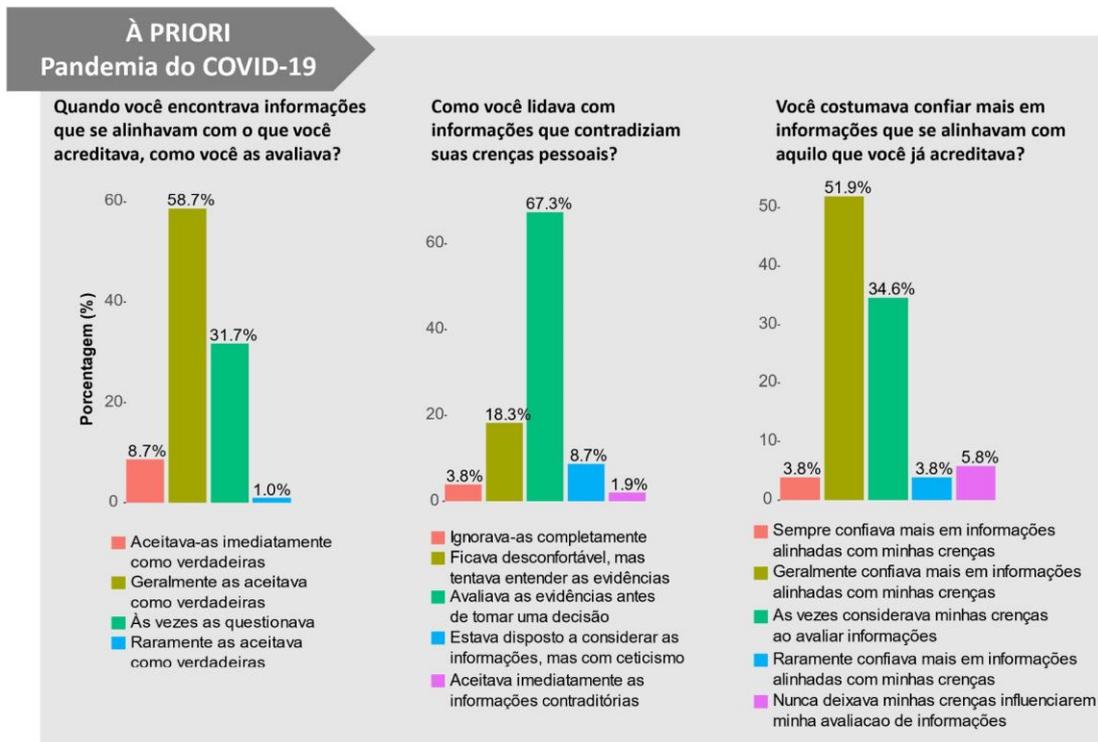


Figure 8. Reações e comportamentos do público entrevistado projetando a crença À priori em situações da Pandemia do COVID-19.

Para isso, as seguintes perguntas foram elaboradas: (i) quando você encontrava informações sobre a pandemia que se alinhavam com o que você acreditava, como você as avaliava? (ii) como você lidava com informações sobre a pandemia que contradiziam suas crenças pessoais? e (iii) você costumava confiar mais em informações relacionadas à pandemia que se alinhavam com aquilo que você já acreditava?

Na primeira questão (i), ao encontrar informações que se alinhavam com suas crenças, 58.7% dos entrevistados geralmente as aceitavam como verdadeiras. Uma parcela de 31.7% às vezes questionava essas informações, enquanto 8.7% aceitavam-nas imediatamente como verdadeiras, e apenas 1% raramente as aceitava como verdadeiras.

Na segunda questão (ii), quando confrontados com informações contraditórias às suas crenças sobre a pandemia, 67.3% dos entrevistados avaliavam as evidências antes de tomar uma decisão. Outros comportamentos incluíam ficar desconfortável, mas tentar entender as evidências (18.3%), estar disposto a considerar as informações, mas com ceticismo (8.7%), ignorar completamente as informações contraditórias (3.8%), e aceitar imediatamente as informações contraditórias (1.9%).

Na terceira questão (iii), em relação à confiança em informações relacionadas à pandemia que se alinhavam com suas crenças, a maioria (51.9%) geralmente confiava mais nessas informações. Outros 34.6% às vezes consideravam suas crenças ao avaliar as informações. As demais respostas incluíram 5.8% que nunca deixava suas crenças influenciarem sua avaliação de informações, 3.8% que raramente confiava mais em informações alinhadas com suas crenças, e 3.8% que sempre confiavam mais nessas informações.

Combinando o método a priori ao contexto pandêmico, podemos verificar que o público teve mais cautela antes de buscar amparo em suas ideologias quando nota-se que na primeira questão 67,3% avaliavam as evidências quando colocados diante de informações sobre a pandemia que contradiziam suas crenças pessoais. Por outro lado, percebemos que 90,4% do público geralmente aceitava ou somente às vezes questionava informações que se alinhavam com suas crenças como forma de avaliação. Dentro desse recorte do método a priori no contexto pandêmico, a terceira questão demonstra que 86,5% dos entrevistados geralmente ou às vezes confiavam mais em informações relacionadas à pandemia que se alinhavam com aquilo que já se acreditava.

Na figura nove (**Fig. 9**), analisamos as respostas dos entrevistados diante da crença pelo método científico durante a pandemia do COVID-19, destacando as abordagens e comportamentos em relação a informações contraditórias, evidências científicas e conflitos com crenças pessoais.

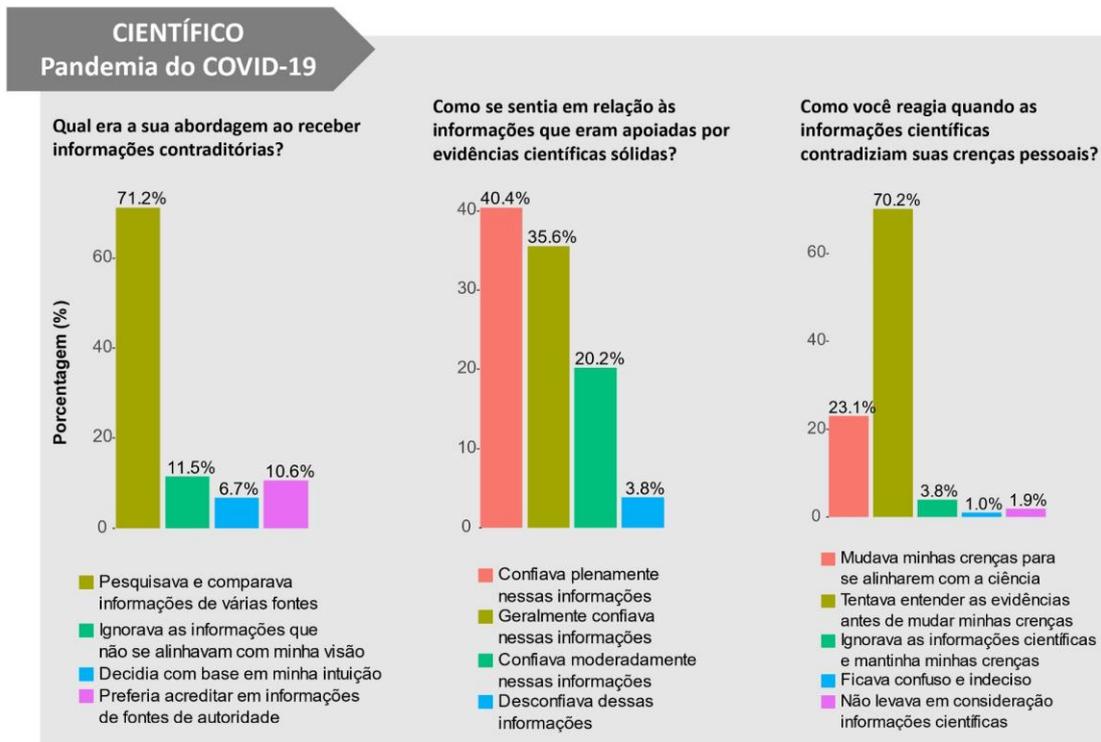


Figure 9. Reações e comportamentos do público entrevistado projetando a crença pelo método científico em situações da Pandemia do COVID-19.

Neste contexto, as seguintes perguntas foram elaboradas: (i) qual era a sua abordagem ao receber informações contraditórias sobre a pandemia de fontes digitais? (ii) como você se sentia em relação às notícias e informações sobre a pandemia que eram apoiadas por evidências científicas sólidas? e (iii) como você reagia quando as informações científicas sobre a pandemia contradiziam suas crenças pessoais?

Na primeira questão (i), sobre receber informações contraditórias, a maioria dos entrevistados (71.2%) adotou uma abordagem proativa de pesquisa e comparação de informações de várias fontes. Por outro lado, 11.5% optaram por ignorar informações que não se alinhavam com suas visões, 10.6% preferiram acreditar em informações de fontes de autoridade, e 6.7% decidiram com base na intuição.

Na segunda questão (ii), em relação às notícias e informações apoiadas por evidências científicas sólidas, a maioria optou por confiar plenamente (40.4%) ou geralmente confiava (35.6%) nessas informações, destacando a confiança no valor da ciência. Outros 20.2% confiavam moderadamente, enquanto que apenas 3.8% expressavam desconfiança nessas informações.

Na terceira questão (iii), abordando informações científicas que contradiziam crenças pessoais do público entrevistado, a maioria (79,2%) indicou que tentava entender as evidências antes de considerar mudanças em suas crenças. Além disso, um percentual de 23,1% indicou disposição para mudar suas crenças a fim de alinhá-las com a ciência. Outras respostas incluíram 3,8% que ignoravam informações científicas e mantinham suas crenças, 1,9% que não levavam em consideração informações científicas, e 1% que ficava confuso e indeciso.

Combinando o método científico ao contexto pandêmico, verifica-se na segunda questão que 76% dos entrevistados optou por confiar plenamente ou geralmente em informações sobre a pandemia que eram apoiadas por evidências científicas sólidas; se somarmos aqueles que às vezes confiaram, essa soma sobe para 96,2%. A terceira questão é uma espécie de confronto entre o método científico e o método a priori. É importante mencionar que nela 23,1% se mostraram dispostos a mudarem suas crenças a fim de alinhá-las com a ciência, enquanto que 79,2% tentavam entender as evidências para então considerar mudanças em suas crenças. Já na primeira questão, 71,2% dos entrevistados, o que corresponde a grande maioria, adotaram uma abordagem proativa de pesquisa e comparação de informações de várias fontes.

5. CONCLUSÃO E PERSPECTIVAS

Os resultados deste estudo revelam diversos comportamentos dos entrevistados: primeiro frente aos seus hábitos informacionais nas plataformas digitais, e segundo diante da quantidade de informações durante a pandemia do COVID-19 divulgada em redes sociais. A análise desses comportamentos sob a ótica dos quatro métodos de crença de Peirce - tenacidade, autoridade, à priori e científico - oferece uma visão abrangente das estratégias cognitivas adotadas pelos participantes.

5.1 O que estes resultados, que são em parte estatísticos, nos dizem concretamente sobre cada uma das quatro categorias?

Se perguntado sobre qual método de crença caracterizaria mais o público entrevistado neste trabalho de conclusão, prontamente eu diria que depende. Não se pode afirmar que isoladamente um método ou outro se configura no comportamento humano, pelo contrário; é provável que todas as formas de crença funcionem ao mesmo tempo, fazendo parte de um processo cognitivo último, o qual aparentemente tem plena capacidade de contemplar as quatro categorias de crença simultaneamente. O próprio raciocínio de Peirce, apresentando os quatro métodos como que em uma ordem natural dos acontecimentos, de certa forma me faz refletir que o que o autor indiretamente quis transmitir (caso não o tenha feito diretamente; embora tenha me debruçado sobre algumas traduções de seus trabalhos e alguns comentaristas de Peirce, não o li do início ao fim) é que a ordem proposta - tenacidade, autoridade, à priori e científico - na verdade tenta representar uma ordem cognitiva pela qual o ser humano interpreta o mundo a sua volta e as informações que dele fazem parte.

Na prática, o que identifiquei é que as quatro categorias dialogam entre si constantemente, o que não permite por hora definir com exatidão qual delas se sobreporia a outra(s). Por exemplo, o método à priori, para Peirce, o mais tomado de razão depois da autoridade e da tenacidade, embora não alcance a lógica do método científico entendida pelo autor como obstinada a revelar a verdade, é o que percentualmente parece mais categorizar o público respondente nesse trabalho de conclusão, ao menos no primeiro recorte das categorias de crença fora do contexto pandêmico. O método à priori é aquele que se ampara de preferência àquilo que já se estava inclinado a concordar, que efetivamente decorre de

crenças motivadas por impulsos e desejos previamente consentidos. Nessa área cinzenta do amparo, há de se refletir que reside, além de tudo o mais, a crença na autoridade e/ou na ciência, por exemplo. Ideologicamente, não se pode evitar que naturalmente o ser humano resgate tanto a autoridade como a ciência em tom de refúgio durante o processo de se acreditar, elevando, nesse caso, o método à priori à carro chefe do processo fisiológico humano.

Da mesma forma, arrisco propor que a tenacidade também pode ser recuperada nessa área cinzenta à qual me refiro. O método da tenacidade envolve a resistência à mudança de crenças, mesmo diante de evidências contrárias, implicando na desconsideração ou minimização de evidências que desafiam crenças estabelecidas. O negacionismo, nesse contexto, principalmente durante a pandemia de COVID-19, pode ser associado à minimização de evidências científicas e dados que, por exemplo, contradizem a posição do presidente Bolsonaro já mencionados neste trabalho. Essa recusa compreende a desconfiança sobre fontes que apresentam informações contrárias às crenças estabelecidas. Busco nessa analogia apontar o método da tenacidade, o qual tem potencial de refletir o negacionismo, como também um possível abrigo, diga-se de passagem racional, àqueles que cognitivamente tendem a acreditar através do método à priori. Por outro lado, é como se o método da tenacidade, para se valer da sua proposital “racionalidade” a que me refiro, dependesse em parte de uma estrutura externa que a elevasse em uma zona confluyente, onde o hábito que faz jus a crença fosse conduzido por uma rede facilmente disfarçada, as chamadas “bolhas ideológicas”.

A partir do percentual de respostas, posso inferir que grande parte do público se preocupa ou considera a ciência. Entretanto, é porque a ciência é tida como uma autoridade, ou porque a ciência está sendo amparada como ideologia pelo método à priori? Ou ainda, seriam ambos? A linha para delimitarmos, já vimos que é tênue, ao menos quando levo em conta a semântica e formatação do questionário, escolhidos para compor as questões deste trabalho, onde parte delas seguiram como padrão uma série de afirmações ou perguntas sobre as quais os participantes expressam seu nível de concordância ou discordância (quantitativa), enquanto que outra parte foi construída através de afirmações mais extensas, buscando explorar nuances e detalhes das opiniões dos respondentes (qualitativa). As quantitativas representam a escala de *Likert*, por exemplo, onde as opções variam em uma escala ordinal oferecendo uma maneira eficaz de medir e comparar atitudes e opiniões em uma escala

numérica. Já as qualitativas foram pensadas para fornecer insights mais profundos e contextuais. Se por um lado, as qualitativas permitem uma contextualização mais rica das opiniões dos respondentes, outorgando que expressem seus pensamentos de maneira mais detalhada e elaborada, as quantitativas de *Likert* são úteis para identificar padrões e tendências.

É importante salientar que não houve correlações estatísticas entre o desenho exclusivo às categorias de crença e o desenho que combinou as categorias de crença ao contexto pandêmico; nem tão pouco correlações estatísticas conectadas ao perfil demográfico ou socioeconômico dos entrevistados. As inferências feitas neste trabalho de conclusão se baseiam na visualização percentual e gráfica disponibilizadas no capítulo quatro.

Quando me debruço sobre o segundo recorte, o qual inclui o contexto da pandemia do COVID-19 sob a ótica das quatro formas de crença de Peirce, percebe-se em uma rápida comparação com o primeiro desenho que o método a priori mantém sua maior representatividade entre o público entrevistado. Identifico que no contexto da pandemia o método científico ascende em relação ao primeiro desenho, indicando um público mais aproximado da pesquisa e disposto a entender novas evidências a fim de considerar alguma mudança quando confrontados à pandemia. Inclusive, em uma das questões qualitativas que compõem o desenho da forma científica durante a pandemia, a alternativa apoiada pelo método científico prevalece em relação à alternativa apoiada pelo método a priori. Aqui reforço a ideia que, fisiologicamente, pensando exclusivamente sobre os processos cognitivos pelos quais o ser humano alcança suas crenças, é natural que apenas os métodos da tenacidade, autoridade e à priori desempenhem o papel intelectual primeiro representado como que um filtro inicial; a forma científica, como o próprio Peirce conceitua, é o método “pelo qual as nossas crenças não possam ser causadas por algo humano, mas por alguma permanência externa – por algo sobre o qual o nosso pensamento não tem efeito”. Nesse sentido, é autêntico perceber o método científico ou a ciência também como um tipo de autoridade ou como uma ideologia pertencente à fonte de recursos que amparam o método a priori, por exemplo.

Quando elejo o método científico como semelhante ao método da autoridade e da tenacidade, não o faço com a intenção de contrapor a importância dedicada por Peirce à essa categoria. Apenas identifico que, embora lógico, o processo pelo qual o método científico

acontece não pertence à fisiologia humana natural dedicada a receber e interpretar informações.

O contexto político durante a pandemia, notadamente com mudanças na liderança e má gestão, influenciou a confiança nas figuras de autoridade. A taxa de desconfiança destaca a necessidade de compreender melhor como eventos externos podem moldar a percepção das pessoas sobre fontes de informação. A análise das respostas relacionadas à crença a priori revela uma ênfase na avaliação de evidências antes de aceitar informações como verdadeiras. No entanto, a disposição de reconsiderar crenças quando confrontadas com informações científicas indica uma notável adaptabilidade, ressaltando a importância da abertura para a mudança. O destaque positivo foi a valorização do método científico, com a maioria dos entrevistados confiando plenamente ou geralmente em informações apoiadas por evidências científicas sólidas. A busca ativa por informações diversas e a disposição para mudar crenças em face de evidências científicas destacam um reconhecimento da importância da ciência na compreensão da pandemia.

A minha hipótese, depois da pesquisa aplicada e análise, é que o percurso da semiose sobre e sob a desinformação, e isso em relação às quatro formas de crença, inicia majoritariamente pelo método a priori. É através dessa forma de crença que a desinformação é capaz de transitar em um primeiro momento, podendo encontrar respaldo em categorias como tenacidade, autoridade e/ou ciência nessa dinâmica.

Considero relevante mencionar que no momento de construção do questionário que guiou esse estudo, ou seja, sua primeira etapa, a compreensão de muitos conceitos que formaram o percurso integral era ainda incipiente. Nesse momento inicial, apenas os conceitos sobre as fixações de crença de Peirce haviam sido percorridos. Desse modo, isso acabou restringindo a potencialidade de adicionar a análise da semiose de maneira contundente aos resultados obtidos, pois a desinformação e todos seus signos semelhantes, propriamente e diretamente, não foram incorporados ao questionário.

Sendo assim, algumas perspectivas para futuros trabalhos incluiriam outros aspectos, como por exemplo, entender a desinformação explorando aplicações em situações práticas. Isso poderia envolver a análise detalhada de casos recentes ou históricos de desinformação ou analisar conteúdos de usuários de redes sociais. Por outro lado, esse estudo abre margem para se realizar uma avaliação mais aprofundada do impacto da desinformação nas percepções

individuais e coletivas. Isso poderia englobar a investigação, ainda sob a ótica das fixações de crença de Peirce, de diferentes grupos sociais e contextos culturais. Além disso, estudos futuros podem propor estratégias práticas para mitigar os efeitos da desinformação com base nos resultados obtidos, envolvendo, por exemplo, a criação de intervenções educacionais, políticas públicas ou iniciativas de conscientização que abordem os aspectos identificados.

Outra direção interessante para futuras pesquisas seria investigar como variáveis políticas podem influenciar as atitudes e comportamentos em relação à informação, especialmente durante crises globais como a pandemia do COVID-19. Isso realçaria o método de crença pela autoridade e poderia incluir análises mais detalhadas das respostas em relação a eventos específicos ou mudanças políticas ocorridas durante o período da pesquisa. Explorar como diferentes estratégias de comunicação impactam as percepções e reações dos indivíduos diante de informações conflitantes também seria outro ponto, incluindo análises mais específicas sobre o tipo de linguagem utilizada por figuras de autoridade e como isso influencia a confiança do público. Outra questão seria realizar análises mais detalhadas com base em variáveis demográficas, como idade, gênero, educação e localização geográfica. Identificar possíveis padrões ou diferenças nessas subpopulações pode fornecer insights valiosos sobre como diferentes grupos respondem na semiosfera da desinformação. Uma outra linha de pesquisa interessante seria comparar as respostas obtidas durante a pandemia do COVID-19 com respostas em crises anteriores ou com outros eventos de grande escala, o que acabaria fornecendo uma visão mais ampla sobre como as experiências passadas moldam as reações a eventos contemporâneos.

6. REFERÊNCIAS

ALBRIGHT, J. 2016. The #Election 2016 Micro-Propaganda Machine. Disponível em: <https://d1gi.medium.com/the-election2016-micro-propaganda-machine-383449cc1fba>.

Acesso em: 21 dezembro 2023.

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and *Fake News* in the 2016 Election.

Journal of Economic Perspectives, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. DOI:10.1257/jep.31.2.211.

ALZAMORA, G.; MENDES, C. M.; RIBEIRO, D. M. **Sociedade da Desinformação e**

Infodemia. Olhares Transversais, v. 1. Belo Horizonte, MG. Fafich/Selo PPGCOM/UFMG,

2021. Disponível em: <https://www.universalis.fr/encyclopedie/interactionnisme-symbolique/>.

Acesso em: 17 dezembro 2023.

AMARAL, A., MOSCHETTA, P. H. 2015. Visibilidade e reputação nos Sites de Redes

Sociais: a influência dos dados quantitativos na construção da popularidade a partir da

percepção dos usuários. In: RIBEIRO, J.C., BRAGA, V., SOUSA, P.V. (Orgs).

Performances interacionais e mediações sociotécnicas. Salvador: Ed.UFBA, p. 27-55.

BBC News Brasil. **Bolsonaro volta a defender cloroquina em novo pronunciamento em**

rede nacional, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52224256>.

Acesso em: 30 dezembro 2023.

BEZERRA, A. C. Da teoria matemática para uma proposta de teoria crítica da informação: a

integração dos conceitos de regime de informação e competência crítica em informação.

Perspectivas em Ciência da Informação, v. 25, n. 3, p. 182–201, 2020. DOI: 10.1590/1981-

4026.

BODE L.; VRAGA E. K. See something, say something: Correction of global health

misinformation on social media. **Health Commun**, v. 33, n. 9, p. 1131-1140. DOI:

10.1080/10410236.2017.1331312.

BURCH, R. **Charles Sanders Peirce**. The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter

2018 Edition), Edward N. Zalta (ed.), 2018. Disponível em:

<https://plato.stanford.edu/archives/win2018/entries/peirce/>. Acesso em: 22 novembro 2023.

MACHADO, C. *et al.* **News and political information consumption in Brazil: Mapping**

the first round of the 2018 Brazilian presidential election on Twitter. Data Memo 2018.4.

Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. demtech.oii.ox.ac.uk.

DOISE (1982). **Les niveaux d'analyse des conduites humaines**. Disponível em: <https://www.etudier.com/dissertations/Les-Niveaux-d%27Analyse-Des-Conduites-Humaines/438411.html>. Acesso em: 23 dezembro 2023.

EYSENCK, M. W.; KEANE, M. T. **Manual de Psicologia Cognitiva**. Porto Alegre: Artmed Editora, 2017.

FALCÃO, P.; SOUZA, A. B. Pandemia de desinformação: as *Fake News* no contexto da COVID-19 no Brasil. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 15, n. 1, p. 55-71, 2021. DOI: 10.29397/reciis.v15i1.2219.

FREITAS, L. O. R.; LUNARDI, F. C.; CORREIA, P. M. A. R. O homo digitalis na dadosfera: arquitetura das redes, máquinas de mentiras e violência desinformativa. **Synesis**, ISSN 1984-6754, v. 15, n. 4, p. 1–24, 2023.

GIORDANI, R. C. F. *et al.* A ciência entre a infodemia e outras narrativas da pós-verdade: desafios em tempos de pandemia. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 7, p. 2863–2872, 2021. DOI: 10.1590/1413-81232021267.05892021.

Globo-G1, Piauí. Whindersson Nunes defende criação de lei ‘Jessica Vitoria’ após morte de jovem alvo de Fake News. <https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2023/12/25/whindersson-nunes-propoe-criacao-de-lei-jessica-vitoria-apos-fake-news-e-morte-de-estudante.ghtml>. Acesso em: 5 janeiro 2024.

GUARESCHI, P.; AMON, D.; GUERRA, A. **Psicologia, Comunicação e Pós-verdade**. Porto Alegre: Evangraf. 2017.

GUARESCHI, P. Psicologia e Pós-Verdade: A Emergência da Subjetividade Digital. **PSI UNISC**, v. 2, n. 2, p. 19–34, 2018. DOI: 10.17058/psiunisc.v2i2.12242.

HARSIN, J. Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies. **Communication, Culture & Critique**, v. 8, n. 2, p. 327–333, 2015. DOI: 10.1111/cccr.12097.

HERMAN, E. S.; CHOMSKY, N. **Manufacturing consent: The political economy of the mass media**. New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 2002.

JIANG, S.; WEI, Q.; ZHANG, L. Individualism vs. Collectivism and the Early-Stage Transmission of COVID-19. **Social Indicators Research**, v. 164, n. 2, p. 791–821, 2022. DOI: 10.1007/s11205-022-02972-z.

JODELET, D. Returning to past features of Serge Moscovici’s theory to feed the future. **Papers on Social Représentations**, v. 20 p. 1-11, 2011.

JOFFE, H.; ORFALI, B. De la perception à la représentation du risque: le rôle des médias. **Hermès**, n. 41, p. 121-129, 2005. DOI: 10.4267/2042/8962.

KARLOVA, N.A; FISHER, K.E. A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. **Information Research**, v. 18, n. 1, 2013.

KUHBANDNER C. *et al.* How bad data quality can turn a simulation into a dissimulation that shapes the future. **Futures**, v. 135, n. 2, 2021. DOI:10.1016/j.futures.2021.102879.

MARMOT M. Post-truth and science. **Lancet**, v. 89, n. 10068, p. 389-498, 2017. DOI:10.1016/S0140-6736(17)30207-6.

MCCARTNEY M. Margaret McCartney: Evidence in a post-truth world. **BMJ**, v. 355, n. i6363, 2016. DOI: 10.1136/bmj.i6363.

MCMANUS, J. What Kind of Commodity is News. **Communication Research**, v. 19, n. 6, p. 787–805, 1992. DOI:10.1177/009365092019006007.

MENEZES, U. B. **Os paradoxos da memória**. In: MIRANDA, D. S. Memória e cultura: a importância da memória na formação cultural humana. São Paulo: Edições SESC, 2007. p. 13-33.

MÍDIA NINJA. **Cloroquina matou 17 mil pessoas na 1ª onda da COVID, diz estudo**. Postagem *Instagram* 05/01/2024. Acesso em: 6 janeiro 2024.

MILLS, A. J.; PITT, C.; FERGUSON, S. L. (2019). The Relationship between *Fake News* And Advertising. **Journal of Advertising Research**, v. 59, n. 1, p. 3–8. DOI:10.2501/JAR-2019-007.

MILLS, A. J.; PITT, C.; FERGUSON, S. L. The Relationship between *Fake News* And Advertising. Brand Management in the Era Of Programmatic Advertising and Prolific Falsehood. **Journal of Advertising Research**, v. 59, n. 1, p. 3–8, 2019. DOI: 10.2501/JAR-2019-007.

MORETZSOHN, S. D. “Uma legião de imbecis”: hiperinformação, alienação e o fetichismo da tecnologia libertária. **Liinc**, v. 13, n. 2, 2017. DOI: 10.18617/liinc.v13i2.4088.

MOTA, A. A. S.; PIMENTEL, S. M.; OLIVEIRA, A. V. DE M. G. Desordens informativas: análise de pronunciamentos de Jair Bolsonaro contra a vacinação de COVID-19. **Revista Eletrônica De Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 17, n. 2, p. 311–331, 2023. DOI: 10.29397/reciis.v17i2.3513.

NEISSER, U. **Cognitive psychology**. Classic edition. New York: Psychology Press, 2014.

NETFLIX. (2020). **O Dilema das Redes**. Estados Unidos: Netflix. 94 min.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19: kit de ferramentas de transformação digital**. [Washington, DC]: OPAS, 2020. (Ferramentas do conhecimento). Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14. Acesso em: 7 novembro 2023.

PARISER, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin UK. 2011.

PEIRCE, C. S. A fixação da crença. In: <http://bocc.pt/index>: Universidade de Beira Interior, tradução de Anabela Grandin Alves. **Popular Science Monthly**, n. 12, pp. 1-15, 1877.

PEW RESEARCH CENTER. (2020). **Americans who mainly get their news on social media are less engaged, less knowledgeable**. Disponível em: https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2020/07/PJ_2020.07.30_social-media-news_REPORT.pdf. Acesso em: 25 dezembro 2023.

PEW RESEARCH CENTER. (2021a). **News use across social media platforms in 2020**. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/>. Acesso em: 25 dezembro 2023.

RECUERO, R.; SOARES, F. O Discurso Desinformativo sobre a Cura do COVID-19 no Twitter: Estudo de caso. **E-Compós**, v. 24, 2021. DOI: 10.30962/ec.2127,

RECUERO, R.; SOARES, F.; VINHAS, O. Discursive strategies for disinformation on WhatsApp and Twitter during the 2018 Brazilian presidential election. **First Monday**, v. 26, n. 1, 2020. DOI: 10.5210/fm.v26i1.10551.

REVISTA EXAME. **Economist: postura de Bolsonaro ante Covid-19 pode ser começo de seu fim**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/economia/economist-postura-de-bolsonaro-ante-COVID-19-pode-ser-comeco-de-seu-fim/>. Acesso em: 30 dezembro 2023.

ROVETTA A.; BHAGAVATHULA A. S. Global Infodemiology of COVID-19: Analysis of Google Web Searches and *Instagram* Hashtags. **Journal of Medical Internet Research**, v. 22, n. 8: e20673, 2020. DOI: 10.2196/20673.

RUEDIGER, Marco Aurélio. **Desinformação nas eleições 2018: o debate sobre Fake News no Brasil. Rio de Janeiro**. Fundação Getulio Vargas. Diretoria de Análise de Políticas Públicas. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/29093>. Acesso em: 11 novembro 2023.

SALVI, C. et al. Going Viral: How Fear, Socio-Cognitive Polarization and Problem-Solving Influence *Fake News* Detection and Proliferation During COVID-19 Pandemic. **Frontiers in Communication**, v. 5, 2020. DOI: 10.3389/fcomm.2020.562588.

SANTAELLA, L. A semiótica das *Fake News*. **Verbum**, ISSN 2316-3267, v. 9, n. 2, p. 9-25, 2020.

SCHAEWITZ, L. et al. When is Disinformation (In)Credible? Experimental Findings on Message Characteristics and Individual Differences. **Mass Communication and Society**, v. 23, n. 4, p. 484–509, 2020. DOI: 10.1080/15205436.2020.1716983.

SHU, K. et al. *Fake News* Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. **ACM SIGKDD Explorations Newsletter**, v. 19, n. 1, p. 22-36, 2017. DOI: 10.1145/3137597.3137600.

SHU, K. et al. *Fake News* detection on social media: a data mining perspective. **ACM SIGKDD Explorations Newsletter**, v., 19, n. 1, 2017. DOI:10.1145/3137597.3137600.

SILVA, F. B. **O regime de verdade das redes sociais on-line: pós-verdade e desinformação nas eleições presidenciais de 2018**. Dissertação, Mestrado em Ciência da Informação na Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

SILVA, T. Desconstruindo as *Fake News* através da análise de discurso crítica: um olhar interdisciplinar sobre a manipulação da informação na era digital. **Saridh (Linguagem e Discurso)**, v. 5, n. 1, p. 46–64, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/RevSaridh/article/view/32284>. Acesso em: 22 outubro 2023.

SOARES, F.B.; RECUERO, R.; ZAGO, G. Asymmetric polarization on Twitter and the 2018 Brazilian presidential elections. **SMSociety '19: Proceedings of the Tenth International Conference on Social Media and Society**, p. 67–76, 2019. DOI: 10.1145/3328529.3328546.

SOUSA, A. M; ROSA, L. P. *Fake News* na ciência: contribuição teórica para o universo conceitual da informação, desinformação e hiperinformação. **Scientiarum Historia**, v. 2, p. 9-19, 2020.

STATISTA. **Share of recommended Instagram misinformation posts between September and November 2020, by content**. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1293258/Instagram-recommended-misinformation-by-content/>. Acesso em: 19 dezembro 2023.

STERNBERG, R. J. **Psicologia cognitiva**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

SUNSTEIN, C. R. **Echo Chambers: Bush v. Gore, Impeachment, and Beyond**. Princeton University Press. 2001a.

SUNSTEIN, C. R. **Republic.com**. Princeton University Press. 2001b

SUNSTEIN, C. R. **Republic.com 2.0**. Princeton University Press. 2007.

TACCHINI, E. et al. Some Like it Hoax: Automated *Fake News* Detection in Social Networks. **Technical Report UCSC-SOE-17-05**. School of Engineering, University of California, Santa Cruz, 2017. Disponível em: <http://arxiv.org/abs/1704.07506>. Acesso em: 22 dezembro 2023.

TANDOC, E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. Defining “*Fake News*”. A typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 1–17, 2017. DOI:10.1080/21670811.2017.1360143.

Träsel, Marcelo, Lisboa, Sílvia & Vinciprova, Giulia Reis. (2019). Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues. **BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH** v. 15, p. 452-473

TROUILLOUD, D.; SARRAZIN, P. Les connaissances actuelles sur l'effet Pygmalion: Processus, poids et modulateurs. **Revue Française de Pédagogie**, v. 145, p. 89-119, 2003. DOI: 10.3406/rfp.2003.2988.

TUCHMAN, G. Making News: A Study in The Construction of Reality. **Social Forces**, v. 59, n. 4, p. 1341-1342, 1978. DOI:10.2307/2578016.

VAMANU, I. *Fake News* and Propaganda: A Critical Discourse Research Perspective. **Open Information Science**, v. 3, n. 1, p. 197-208, 2019. DOI: 10.1515/opis-2019-0014.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, b. 6380, p. 1146-1151, 2018. DOI: 10.1126/science.aap9559.

WARDLE, C. “*Fake News*.” **It’s Complicated**. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>. Acesso em: 21 dezembro 2023.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Estrasburgo: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-forresearch/168076277c>. Acesso em: 6 novembro 2023.

WHITE, D. M. “The ‘Gatekeeper’. A Case Study in The Selection of News.” **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 27, n. 4, p. 383–390, 1950. DOI: 10.1177/107769905002700403.