



A PRÁTICA CULTURAL DAS *FAKE NEWS* COMO MECANISMO DE CONTROLE POR AGÊNCIA

Mariana Augusta de Souza¹, Anna Claudia Vilha²

¹Acadêmica do Curso de Psicologia, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar – UNICESUMAR - marianags92@hotmail.com

²Acadêmica do Curso de Psicologia, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar – annaclaudiakk@gmail.com

RESUMO

Essa pesquisa tem como objetivo compreender como a prática cultural das *Fake News* se constituiu como um mecanismo de controle por agência. Considerando as contribuições de Skinner e Holland sobre a Análise Comportamental da Cultura, o presente trabalho requer, para o alcance de seu objetivo máximo, identificar os conceitos desta abordagem na realidade contextual que o fenômeno das *Fake News* se sobressai. É uma pesquisa de natureza qualitativa e de caráter exploratório, tendo como finalidade metodológica construir um panorama sobre o assunto. O trabalho é relevante visto que a própria elucidação e informação da circunstância de controle por agência à sociedade, já se constitui um mecanismo de enfrentamento à ela, segundo Holland. Espera-se identificar a(s) agência(s) que se beneficia(m) do fenômeno das notícias falsas, bem como a maneira pela qual ela(s) mantém tal cultura, mesmo prejudicando a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Comportamento; Contracontrole; Cultura.

1 INTRODUÇÃO

Um fenômeno recente no mundo e que tem prejudicado diferentes esferas da sociedade é o advento das *Fake News*. Um estudo feito pelo Instituto Mundial de Pesquisas (IPSOS), o qual analisou a ocorrência de *Fake News* em 27 países, demonstrou que 48% da população entrevistada relatou ter acreditado em notícias falsas até o período da pesquisa (IPSOS, 2018). No Brasil, especificamente, este índice foi ainda maior, alcançando o patamar de 62% de crença neste tipo de notícia, segundo os entrevistados. Em complemento, a pesquisa do *Reuters Institute Digital News Report* mostrou que o Facebook e WhatsApp representam quase 50% do compartilhamento de informações e notícias no Brasil, sendo este último considerado de maior dificuldade de identificação e denúncia sobre notícias falsas (REUTERSINSTITUTE, 2021). O relatório acrescenta ainda que, em países onde eventos como a pandemia de COVID-19 se tornaram muito politizados, os políticos são vistos como grande parte do problema no que tange à disseminação de informações falsas (REUTERSINSTITUTE, 2021).

Todos esses elementos supracitados podem ser vistos através das lentes da Análise do Comportamento proposta por Skinner, especialmente pela Análise Comportamental da Cultura. Isso porque Skinner chama de “cultura” tudo o que representa um “conjunto de contingências sociais, isto é, contingências de reforçamento e punição mantidas pelos membros de um grupo em contextos específicos (FERNANDES, et al., 2017, p. 276)”. Além disso, as práticas culturais, segundo Skinner (1971), consistem nos padrões comportamentais de pessoas dentro do grupo que proporcionam a cultura proposta, ou seja, são o ferramental que conduz a ação da cultura. Assim, é possível identificar a disseminação das *Fake News* como uma prática cultura oriunda de um grupo de interesse que pretende contingenciar comportamentos dentro de um contexto específico, como foi o caso da pandemia de COVID-19.

Skinner (1971) argumenta que o “manuseio” dessas contingências é proveniente de agências de controle, especialmente as de controle institucional, como as instituições educacionais, governamentais, religiosas e econômicas, mas também destaca a influência



de subagências, como as famílias, grupos de amigos, etc, pois utilizam das mesmas técnicas de contingenciamento exercidas pelos grupos de controle de maior poder. Considerando que o relatório do *Reuters Institute* associa a disseminação de *Fake News* à politização dos temas destas notícias, é possível pensar que agências de controle institucional sejam responsáveis pela ocorrência das notícias falsas a depender da informação veiculada. Dessa forma, tem-se os principais elementos da Análise Comportamental da Cultura proposta por Skinner (1971): a prática cultural (disseminação de notícias falsas); a cultura (desinformação); e a agência de controle (institucional, possivelmente a política).

Como maneira de enfrentamento ao controle das agências, Sá (2016) elabora uma cartilha de contracontrole social, com base nas propostas do cientista do comportamento J. G. Holland que, em síntese, diz ser necessária a revelação das práticas da agência sob a população, deixando-a consciente de sua manipulação e devolvendo o poder de decisão sobre o comportamento ao emissor deste (SÁ, 2016). Para tanto, é primordial o esclarecimento dos fatos controlados pela agência; das variáveis independentes e dependentes que atuam no comportamento controlado; e o delineamento de ações de contracontrole frente à realidade imposta pela agência (SÁ, 2016).

Diante o exposto, vê-se que para o enfrentamento da prática cultural das *Fake News*, segundo a Ciência do Comportamento, é preciso: a) a revelação desta atuação, visto que ela se camufla como notícia real; b) a identificação da agência por trás dela; e c) a proposta de métodos de enfrentamento à prática. Portanto, a pergunta que norteia o presente estudo e que serve de problema de pesquisa é: como a prática cultural das *Fake News* se constitui como um mecanismo de controle por agência?

Para a resposta deste problema faz-se necessário descrever as *Fake News* como uma prática cultural nos modos da Ciência do Comportamento; esclarecer sobre a cultura por trás desta prática e; constatar a agência responsável pela cultura que embasa a ação das notícias falsas e a quem ela beneficia. Conforme os relatórios sobre *Fake News* mencionados anteriormente, é possível que a agência de controle por trás da cultura de disseminação de informações falsas seja a instituição política, especialmente no caso brasileiro. Neste caso, o grupo beneficiado pode ser aquele no qual a *Fake News* favorece, o que será explanado com a presente pesquisa.

Com base na temática e problema de pesquisa apresentados o objetivo geral da pesquisa é “Compreender como a prática cultural das *Fake News* se constituiu como um mecanismo de controle por agência”. Para tanto é precisa alcançar os seguintes objetivos específicos: 1) Descrever a Análise Comportamental da Cultura proposta por Skinner e Holland; 2) Descrever o fenômeno das *Fake News* na realidade atual; e 3) Identificar os conceitos da Análise Comportamental da Cultura nas características das *Fake News*.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A presente pesquisa é de natureza qualitativa, de caráter exploratório e tipo teórico-conceitual. A finalidade deste método é “construir um panorama sobre o assunto, fornecendo base para estudos futuros, que busquem o aprimoramento dos conceitos disponíveis” (FORZA, 2002 *apud* GONZALEZ; MARTINS, 2017). Segue a mesma lógica exploratória e conceitual de estudos deste campo, como feito por Souza (2018) na análise das agências controladoras e sua relação com a sobrevivência de culturas.

Assim como no estudo de Souza (2018), busca-se estabelecer uma relação. No caso do presente estudo, a relação investigada é entre o fenômeno das *Fake News* e a(s) potencial (is) agência(s) de controle que se beneficia(m) desta prática cultural. Para a



compreensão desta relação, a qual representa o objetivo geral desta pesquisa, faz-se necessário o atendimento dos seguintes passos:

- (1) Levantamento dos textos fundamentais e auxiliares da Análise Comportamental da Cultura, sendo eles os de Skinner e Holland, bem como demais artigos derivados destes autores seminais.
- (2) Levantamento de informações e dados sobre o fenômeno estudado, tal qual as *Fake News*, sendo este material obtido em artigos e relatórios de fontes seguras e verificadas.
- (3) Associação entre as contribuições da abordagem da Análise Comportamental da Cultura e as características das *Fake News*, demonstrando a visualização desta como uma prática cultural que atua como um mecanismo de controle por agência.

Atendendo às etapas supracitadas e conciliando as informações obtidas exploratoriamente será possível compreender como a prática cultural das *Fake News* se constituiu como um mecanismo de controle por agência.

3 RESULTADOS ESPERADOS

Skinner (1948) se aprofunda nas relações do ambiente social por parte das agências, destacando que, mesmo diante de uma consequência negativa à sociedade mediante ação da agência, que teoricamente levaria à redução da repetição de determinada prática cultural, o poder da agência faz com que a prática ainda assim continue, pois quem ela (prática) tem como finalidade beneficiar é a própria agência, e não à sociedade (SKINNER, 1948). Assim, tem-se a ocorrência e permanência de práticas culturais que favorecem a manutenção de relações de poder, no caso, as das agências (FONTANA; LAURENTI, 2020).

Essa situação é a que se espera ser auferida acerca das agências associadas à propagação de *Fake News*. É possível, inclusive, que uma das principais agências por trás deste tipo de fenômeno prejudicial à sociedade seja a agência Política. Isso porque, segundo relatórios sobre notícias falsas, especialmente o *Reuters Institute Digital News Report (2021)*, a incidência deste tipo de notícia apresentou auges nos momentos de maior embate político, como no período do surgimento e evolução da COVID-19, tendo o Brasil como um grande exemplo.

Ademais, espera-se identificar a maneira pela qual a(s) agência(s) se beneficia(m) desta disseminação de notícias falsas e quais as consequências desta prática cultural que fazem com que tal cultura seja mantida, mesmo prejudicando a sociedade. Por fim, deseja-se elucidar formas de contracontrole, nos modos da teoria do comportamento, para que a incidência das *Fake News* e, principalmente, seus impactos, sejam reduzidos, diminuindo assim os prejuízos à sociedade. Destaca-se que, dentre as maneiras de contracontrole possíveis, a elucidação e informação da sociedade sobre um determinado fenômeno é um dos principais meios de enfrentamento à agência, segundo Holland (1978), portanto, a própria realização do presente estudo pode se constituir uma atitude de contracontrole à agência e à prática cultural das *Fake News*, caso seja plenamente desenvolvida.



REFERÊNCIAS

FERNDANDES, D.M.; CARRARA, K.; ZILIO, D. Apontamentos para uma definição comportamentalista de cultural. **Acta Comportamentalia**, 25(2), p. 265-280, 2017.

FONTANA, J.; LAURENTI, C. Contingência cultural de três termos: Uma proposta de explicação comportamentalista da cultura. **Interação em Psicologia**, vol. 24, n. 03, 2020.

GONZÁLEZ, R.V.D.; MARTINS M.F. O Processo de Gestão do Conhecimento: uma pesquisa teórico-conceitual. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 24, n. 2, p. 248-265, 2017.

HOLLAND, J.G. Behaviorism: part of the problem or part of the solution? **Journal of Applied Behavior Analysis**, vol. 11, n. 1, p. 163-174, 1978.

IPSOS. **Fake news, filter bubbles, post-truth and trust: a study across 27 countries.** Disponível em: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-09/fake-news-filter-bubbles-post-truth-and-trust.pdf>. Acesso em: 12, outubro, 2022.

REUTERSINSTITUTE. Digital News Report 2021. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>. Acesso em: 12, outubro, 2022.

SÁ, C.P. J. G. Holland, contracontrole social e socialização do behaviorismo radical. **Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva**. Volume XVIII Número Especial, p. 52 – 60, 2016.

SKINNER, B.F. Beyond freedom and dignity. Hackett Publishing Company, Inc., 1971.

SKINNER, B.F. Selection by consequences. **The Behavioral and Brain Sciences**, 7(4), p. 477-510, 1984.

SOUZA, F.H.S. **Uma análise conceitual das agências controladoras e sua relação com a sobrevivência das culturas.** Dissertação (Mestrado em Análise do Comportamento) – Departamento de Psicologia Geral e Análise do Comportamento, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, p. 78, 2018.