



TECNOLOGIAS DIGITAIS: UMA REFLEXÃO SOBRE FAKE NEWS PELO VIÉS DA DISSONÂNCIA COGNITIVA

Iana Ferreira dos Santos¹, Renata Oliveira dos Santos²

¹Acadêmica do Curso de Psicologia, Centro Universitário Cidade Verde (UniCV). ianacol@gmail.com

²Orientadora, Doutora, Departamento de Psicologia, Centro Universitário Cidade Verde (UniCV). prof.renata@unicv.edu.br

RESUMO

Na atualidade, o debate sobre as fake news se faz muito presente. Neste sentido, os objetos de estudo deste artigo se configuram a partir da compreensão dos conceitos de dissonância cognitiva, com base na psicologia social e o entendimento sobre o fenômeno das fake news, a partir do desenvolvimento das tecnologias digitais, internet e redes sociais. A dissonância cognitiva é um construto cognitivo e emocional, que culmina em um estado de desconforto, angústia e/ou ansiedade causada quando existe inconstância entre as cognições. A internet proporciona que as notícias se espalhem em uma velocidade cada vez maior, e as redes sociais aceleram ainda mais esse processo. Contudo, essa tecnologia também facilita que as notícias falsas sejam facilmente divulgadas. Este artigo tem como objetivo principal compreender como este fenômeno pode ser refletido a partir da psicologia social e os impactos causados, na formação humana, pela onda de desinformação que circula pelas redes sociais. Acredita-se que esse tipo de pesquisa seja de extrema relevância, principalmente quando constatamos o número expressivo de informações distorcidas, em especial, no caso das vacinas.

PALAVRAS-CHAVE: Dissonância Cognitiva; Fake News; Psicologia Social.

1 INTRODUÇÃO

A disseminação da fake news por meio das tecnologias digitais e das redes sociais tem sido uma preocupação crescente nos últimos anos. A velocidade. O alcance das informações compartilhadas online tem possibilitado a propagação de notícias falsas e desinformação em larga escala, afetando diversos aspectos da sociedade. Nesse contexto, a compreensão da relação entre as fake news, a dissonância cognitiva e as tecnologias digitais torna-se essencial para entender os desafios enfrentados na era da informação. Este artigo discute a interseção entre as tecnologias digitais, a disseminação de fake news, e o fenômeno psicológico da dissonância cognitiva. Essa teoria, desenvolvida por Leon Festinger na década de 1950 e propõe que os indivíduos têm uma motivação intrínseca de buscar coerência entre crenças, opiniões e comportamentos. Quando confrontados com informações que contradizem suas visões de mundo, surge um estado de conflito cognitivo conhecido como dissonância cognitiva.

No contexto das fake news, a dissonância cognitiva surge quando as pessoas se deparam com informações falsas ou distorcidas que contradizem suas crenças pré-existentes. Essa contradição gera um desconforto psicológico, levando-as a buscar estratégias de redução da dissonância para restaurar a coerência interna. Essas estratégias podem incluir o descarte da informação contraditória, a busca seletiva por informações que confirmem suas crenças ou até mesmo a modificação de suas crenças para se alinharem com a informação falsa.

As tecnologias digitais e as redes sociais têm desempenhado um papel importante na disseminação das fake News. Com isso, podemos refletir sobre um possível agravamento da dissonância cognitiva. Pois, as redes sociais são ambientes propícios para a disseminação de desinformação, devido à velocidade de compartilhamento e ao alcance massivo das informações.



Além disso, os algoritmos das plataformas das redes sociais, que personalizam o conteúdo com base nos interesses individuais, podem criar uma 'bolha de filtro' que reforça as crenças existentes e dificulta o confronto com informações contraditórias.

A discussão a seguir explorará em detalhes como as tecnologias digitais e as redes sociais contribuem para a disseminação das fake news e como a dissonância cognitiva desempenha um papel nesse processo. Além disso, serão discutidas estratégias e abordagens para mitigar os efeitos das fake news e promover uma cultura de pensamento crítico e discernimento informacional.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa, de caráter qualitativo, exploratório, efetiva-se, metodologicamente, por meio de um levantamento bibliográfico. Para Silveira e Córdova (2009, p. 32), o tipo de pesquisa de abordagem qualitativa deve ser adotado por pesquisadores que recusam a existência de apenas um modelo universal de estudos para todas as ciências:

As características da pesquisa qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências.

Em relação à pesquisa exploratória, esta possibilita um maior conhecimento sobre a temática ou problemática escolhida, tornando-a mais explícita e permitindo o desenvolvimento de hipóteses, a partir de um levantamento bibliográfico, entrevistas com indivíduos que estão ligados ao tema da pesquisa e análises de exemplos que sejam capazes de gerar compreensão para o estudo (SILVEIRA; CORDÓVA, 2009).

Segundo Cervo e Bervian (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente, por livros e artigos científicos, além de textos divulgados por meios eletrônicos, procurando explicar um problema, a partir de referenciais teóricos publicados, tendo a intenção de recolher os conhecimentos a cerca de um problema.

A busca por esses materiais possibilita aos pesquisadores a construção e desconstrução de certezas científicas que pareciam absolutas; a descoberta de novas realidades; as possibilidades de entendimento sobre um assunto explorado de diversas maneiras..

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O termo tecnologia está, normalmente, associado as tecnologias digitais (TD): *tablet*, *smartphone*, *notebooks*, *tv* etc. Isso ocorre porque elas fazem parte, cada vez mais, do nosso dia a dia e, para mais, tem modificado a maneira como vivemos em sociedade. Todavia, é importante nos atentarmos ao fato de que as tecnologias estão presentes em nosso meio há muito tempo.

Desde a pré-história, o ser humano vem produzindo e fazendo uso de tecnologias. Kenski (2013, p. 15) é enfática ao afirmar que “[...] as tecnologias são tão antigas quanto a espécie humana. Na verdade, a engenhosidade humana, em todos os tempos, que deu origem às mais diferenciadas tecnologias”.



Assim sendo, as tecnologias podem ser entendidas como toda mudança que tornar mais prático e/ou facilita a vida humana. Algo que permite o desenvolvimento das pessoas, por meio de recursos, ferramentas e instrumentos.

Neste artigo, nosso interesse está pautado nas tecnologias digitais, na internet e as redes sociais. Por essa razão, é imprescindível conhecer a história dos computadores. Isso porque, segundo Briggs e Burke (2004, p. 283) “[...] os computadores devem vir em primeiro lugar em qualquer análise histórica”, visto que “[...] eles passaram a fazer com que todos os tipos de serviços, e não somente os de comunicações, tomassem novas formas”.

Essa história, que continua em expansão, pode ser dividida em quatro períodos, sendo: primeira geração entre 1946 e 1959; segunda geração datada de 1959 e 1965; terceira geração de 1965 e 1970; quarta geração de 1970 até os dias atuais.

A primeira geração de computadores surgiu nos Estados Unidos e na Inglaterra, e tinha como principal característica a busca pelo aumento da potência de cálculo para fins militares durante a Segunda Guerra Mundial, e posteriormente, na Guerra Fria. Estes computadores funcionavam por meio de circuitos e válvulas eletrônicas, tinham o uso restrito, eram enormes e consumiam bastante energia (BRIGGS e BURK, 2004).

Vale ressaltar que o que motivou a criação dos primeiros computadores não foi o interesse comercial. Conforme Lévy (1999, p. 31), “[...] a informática servia aos cálculos científicos, às estatísticas dos Estados e das grandes empresas ou a tarefas pesadas de gerenciamento”. Diante disso, somente após algumas décadas é que os computadores se tornaram bens de consumo.

Já a segunda geração de computadores surgiu mediante a possibilidade de diminuição das ‘grandes máquinas de calcular’. Foi realizada a substituição das válvulas eletrônicas por transistores, o que diminuiu o tamanho do *hardware*. Segundo Carità (1987 p. 289), “[...] com o transistor realizam-se [...] as mesmas funções das antigas válvulas, mas sem ocupar tanto espaço e consumindo de cem a mil vezes menos energia”.

Posteriormente, os transistores foram substituídos por *chips*, miniaturizando ainda mais este dispositivo e aumentando sua potência operacional. Anos depois, surgiram os circuitos integrados, aumentando mais uma vez a potência de cálculo. A partir dessa miniaturização dos computadores torna-se possível o uso comercial. Como afirma Lévy (1999, p. 31):

[...] desde então, a busca sistemática de ganhos de produtividade por meio de várias formas de uso de aparelhos eletrônicos, computadores e redes de comunicação de dados aos poucos foi tomando conta do conjunto de atividades econômicas. Esta tendência continua em nossos dias.

A terceira geração de computadores foi marcada pela utilização de computadores pessoais em massa, período no qual surgiram diversas interfaces. Para Santaella (2003, p. 92), “[...] interfaces são as zonas fronteiriças sensíveis de negociação entre o humano e o maquínico, assim como o pivô de um novo conjunto emergente de relações homem-máquina”.

Foi nesse período Bill Gates e Paul Allen lançaram a linguagem de programação Basic e Steve Jobs e Steve Wozniak lançaram os primeiros modelos de computadores da *Apple*. Ao findar desse período, surgiu uma grande preocupação com a falta de qualidade dos *softwares*, tendo em vista que a maioria das empresas mantinham seu foco apenas no *hardware*. Para Defleur e Ball-Rokeach (1993, p. 349), “[...] rápidos avanços do software tornaram os computadores mais ‘amigáveis’ com os usuários”

A quarta geração de computadores deve ser compreendida pelo surgimento dos computadores de mão (*smartphones, iPod, iPad e tablets* etc.) e da internet como



ferramenta de comunicação. Assim como os computadores, a internet foi desenvolvida para fins militares, contudo, ao longo dos anos foi projetada para outras funções, como é o caso do entretenimento e da velocidade das informações.

A partir de 1990, a internet passou a ser mais acessível fora dos redutos militares e acadêmicos chegando à população tomando proporções inimagináveis. Segundo Briggs e Burke (2004, p. 310) “[...] o grande avanço aconteceu entre setembro de 1993 e março de 1994, quando uma rede até então dedicada à pesquisa acadêmica se tornou a rede das redes, aberta a todos”.

No ano de 1984, William Gibson, cria o termo ‘ciberespaço’ que se refere ao espaço virtual de comunicação aberta composto pela interconexão de computadores e usuários conectados a uma rede mundial. Essa relação entre as massas tecnológicas, sociedade e cultura constituíram uma estrutura chamada de cibercultura (Assis, 2010). O termo cibercultura, conceituado por Levy (1999, p. 17), significa o “[...] conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atividades, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”.

Um dos meios de comunicação que surgiu a partir do desenvolvimento e aprimoramento da internet são as redes sociais. Segundo Marteleto (2001, p.72), as redes sociais representam “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. No ano de 1995, nos Estados Unidos e Canadá, nasce a primeira rede social chamada *Classmates*, que tinha como objetivo conectar estudantes da faculdade. Desde então as redes sociais vêm se popularizando e fomentando o surgimento de redes de música, fotos e vídeos (BUSARELLO e UBRICHT, 2014).

Juntamente com o desenvolvimento tecnológico, o aumento do consumo das tecnologias digitais e o crescimento das redes sociais, nascem novas práticas sociais que serão transformadas por meio da cultura, influenciando diretamente a construção da subjetividade. Ou seja, a cibercultura democratizou a troca de informações e de experiências, possibilitando maior integração entre culturas geograficamente distantes, produzindo novos costumes mediados pelas tecnologias digitais (LEMOS, 2008).

A partir dessa noção de sociedade em que a cultura contemporânea é fortemente marcada pelas tecnologias digitais e as informações estão instantaneamente circulando pela web que compreenderemos com mais clareza o fenômeno das ‘fake news’ e seus impactos na sociedade.

Fake news é um neologismo, que na livre tradução, significa ‘notícias falsas’; são informações inverídicas que são disseminadas na internet, especialmente nas redes sociais, como se fossem verdadeiras. O termo angariou notoriedade em 2016, nos Estados Unidos, quando os apoiadores do então candidato à presidência Donald Trump passaram a disseminar notícias falsas a respeito da candidata Hillary Clinton. Ainda que o uso do termo seja recente, os fenômenos que ele abrange surgiram muito antes da eleição presidencial dos Estados Unidos, na Idade Antiga, como firma Darnton (2017):

[...] Propício foi um historiador bizantino, do século XI, famoso por escrever a história do império de Justiniano. Mas ele também escreveu um texto secreto, chamado ‘Anekdotá’, e ali espalhou ‘fake news’, arruinando completamente a reputação do imperador Justiniano e de outros.

Na atualidade, o que tornou a *fake news* um fenômeno tão grandioso, foi a potencialidade de disseminação da informação com maior facilidade e velocidade por meio de sites, blogs, e-mails, mensagem de texto, aplicativos de mensagem instantânea etc. O



ciberespaço e a cibercultura propiciou a mudança cultural que favoreceu o aumento das *fakes news*. De acordo com Pereira (2021, p. 9):

[...] É nesse novo ambiente de território digital, de encontros e interações, de uma pluralidade de sujeitos em suas dimensões culturais, no universo da cibercultura, cada vez mais utilizando as interfaces das plataformas das redes online, que potencializam o ativismo digital em sua dimensão política. Essas interações e ativismos, no entanto, vieram acompanhadas de comportamentos que trazem algumas consequências em termo de informação, conscientização, debates: propagam-se as mensagens que desinformam, as denominadas as *fakes news*.

Com o aprimoramento da internet, surgiram novos recursos que possibilitaram a participação do usuário na rede, tornando o ambiente favorável para a criação das redes sociais digitais. Foram plataformas como o *YouTube, Instagram, Twitter* etc., que transformaram o usuário de mero espectador a produtor de conteúdo. Neste cenário, que ocorre um aumento significativo no volume de notícias, entre elas as *fake news*, geradas por diversas motivações. Lévy (1999, p. 26) apresenta a tecnologia como algo positivo ou negativo a depender da sua utilização:

[...] uma técnica não é nem boa, nem má (isto depende dos contextos, dos usos e dos pontos de vista), tampouco neutra (já que é condicionante ou restritiva, já que de um lado abre e de outro fecha o espectro de possibilidades).

Mas, a tecnologia não foi a única responsável pelo crescimento das *fake news*. A ausência de leis específicas direcionadas ao mercado de tecnologia da informação, a concentração das tecnologias nas mãos de poucos, a falta de checagem de fontes e a ausência de educação em mídia e informação estão dentre os fatores que fomentaram uma indústria de informações falsas ou maliciosas. Segundo Bradshaw e Howard (2019, p.9) “[...] esse ecossistema gera lucros a produtores e intermediários, permitindo que diversos atores construam narrativas e defendam agendas com base em informações falsas”.

As *fake news* podem ser criadas por indivíduos ou grupos com diferentes objetivos, como obter lucro, promover uma agenda política ou simplesmente causar confusão e desinformação. Wardle & Hossein (2007 p. 26) diz que “[...] identificar a motivação ou intenção por trás da produção de notícias falsas é, portanto, de importância crucial. Normalmente, três motivações principais foram identificadas: política, financeira e social”.

As notícias falsas com motivação política, geralmente, são chamadas de propagandas. Seus criadores têm por objetivo influenciar a percepção da sociedade a respeito de questões políticas específicas e/ou individuais. Jowett & O'Donnell (2012, p. 7) define propaganda como “[...] a tentativa deliberada e sistêmica de moldar percepções, manipular cognições e direcionar o comportamento para obter uma resposta que promova a intenção desejada do propagandista”.

Os criadores de notícias falsas motivados por oportunidades financeiras têm diversas origens, e o conteúdo enganoso produzido em busca de dinheiro é incentivado pelos algoritmos nas plataformas de mídia social, como declara o pós-doutor em direitos humanos, sociais e difusos, Núñez (2018);

[...] as notícias falsas são um tipo de imprensa marrom que intencionalmente, divulga desinformação ou boatos por meio de jornal impresso, televisão, rádio, ou ainda, via mídias sociais. Esse tipo de notícia é criada e publicada a fim de obter ganhos financeiros ou políticos, muitas vezes com manchetes sensacionalistas, exageradas ou evidentemente falsas para chamar a atenção [...] estas notícias,



muitas vezes, empregam manchetes atraentes ou inteiramente fabricadas para aumentar o número de leitores, compartilhamento e taxas de clique na Internet.

Já as motivações sociais para a criação e disseminação de *fake news* incluem *trolls*¹ e pessoas que as criam como forma de piada ou sátira, sensacionalismo, vingança ou retaliação, conspiração e a buscar por popularidade. Segundo Wardle & Hossein (2017, p. 36):

[...] as necessidades sociais também podem ser motivações para produzir notícias falsas e desinformação, como status, atenção, construção de identidade ou entretenimento. Os autores podem criar e compartilhar desinformação para obter aceitação em comunidades online ou para ganhar fama.

O problema das *fake news* é que elas tendem a afetar a forma como as pessoas pensam e agem, e podem ter consequências graves, como manipular eleições, causar pânico ou desinformar pessoas sobre questões importantes de saúde pública. Para Fagundes *et al.* (2021, p.14);

[...] hoje, as *fake news* são encaradas como elementos que podem impactar tal percepção da sociedade sobre a ciência, tecnologia e inovação, disseminando dúvidas e aumentando a insegurança, algumas vezes sobre temas considerados consenso dentro da comunidade científica, como vacinação e mudanças climáticas.

No Brasil e no mundo, um acontecimento famoso de disseminação de *fake news* é o do movimento anti vacinação. Indivíduos contrários ao uso de vacinas espalharam conteúdos falsos, alegando que as composições químicas das vacinas eram prejudiciais à população. As informações na maioria das vezes possuem afirmativas de que os medicamentos contra febre amarela, poliomielite, sarampo, microcefalia e gripe poderiam ser um risco para a saúde, provocando as respectivas doenças nas pessoas, quando vacinadas. (PRAZERES, 2023). O diretor de Comunicação do Ministério da Saúde, Ugo Braga, explica que (ROCHA, 2018);

[...] as notícias falsas, ou *fake news* como estão sendo mais conhecidas, são uma praga da modernidade. Vem sendo usadas de toda forma para manipular, enganar, iludir, prejudicar. No caso da saúde, é muito mais grave, porque a notícia falsa mata.

Independentemente de sua motivação, as notícias falsas objetivam propagar inverdades a partir de informações que não estão corretas sobre pessoas, partidos políticos, países, políticas públicas etc. Elas não aparentam ser mentira, principalmente se acreditamos que elas podem ser informações verídicas. Isso ocorre devido a outro fenômeno da atualidade: a pós-verdade. Para Grijelmo (2017), citado por Nascimento (2019, p.169):

[...] a era da pós-verdade é preocupante, pois se tornou a era do engano e da mentira, que se propagam com muito mais facilidade, em meio a pessoas que desconfiam de tudo, mas ao mesmo tempo acreditam em qualquer coisa.

O Instituto Mundial de Pesquisa (IPSOS), em 2018, divulgou um estudo que traz dados importantes. Segundo o levantamento, 62% dos entrevistados no Brasil admitiram ter acreditado em *fake news*, valor muito acima da média mundial de 48%. Mas, por que as

¹ O termo refere-se ao indivíduo que provocam e perturbam os outros de forma intencional na internet. Eles costumam espalhar comentários ofensivos, iniciar discussões inflamadas e tentar gerar conflitos, e tudo isso de maneira anônima.



peças acreditam neste tipo de informação? Para essa compreensão *News vamos refletir sobre* a intrincada teia da Dissonância Cognitiva.

A dissonância cognitiva é um conceito central na Psicologia Social. Segundo Lene (1981, p. 18), “[...] o enfoque da Psicologia Social é estudar o comportamento dos indivíduos no que ele é influenciado socialmente”.

Lene (1981), argumenta que o meio social exerce uma influência significativa na formação de um indivíduo, moldando os comportamentos que se tornam características distintas de sua trajetória pessoal. Assim como, Guerin (2001, p. 411) afirmou que “[...] mesmo dentro de uma mesma sociedade, as atividades que realizamos são construídas ou providas, em primeiro lugar, por outras pessoas, mesmo as atividades que realizamos sozinhos”.

Já, a teoria da dissonância cognitiva, foi concebida por Leon Festinger (1957), com o intuito de elucidar a necessidade intrínseca dos indivíduos de buscar a coerência entre seus conhecimentos a cerca de um determinado tema, suas crenças pessoais e alguns comportamentos pessoais e sociais.

Festinger (1957, p. 10), apresenta a dissonância cognitiva “[...] como uma contradição ou incoerência entre o comportamento e o pensamento do indivíduo. A dissonância surge como resultado de uma ação em que duas crenças distintas entram em conflito”.

A busca pela coerência interna e externa é um atributo altamente valorizado pelos indivíduos. Portanto, quando ocorrem conflitos, incompatíveis entre suas crenças e comportamentos, surge um sentimento de desconforto, caracterizado por uma tensão resultante da falta de dissonância entre duas crenças relevantes. Para Festinger (1957, p. 22) “[...] a dissonância cognitiva pode decorrer da inconsistência lógica entre duas ideias, pode advir de hábitos culturais diversos, da defesa de opiniões ou posições antagônicas ou ser reflexo de uma experiência passada”.

O indivíduo diante da dissonância cognitiva, tende a adotar uma postura de busca seletiva de informações que sejam congruentes ou compatíveis com suas crenças iniciais, ações e decisões prévias. Essa tendência busca validar e reforçar suas convicções, visando reduzir o desconforto gerado pela incompatibilidade cognitiva. Dessa forma, o processo de busca seletiva de informações se configura como uma estratégia para manter a consistência e minimizar a dissonância cognitiva. (FESTINGER, 1957)

Um exemplo ilustrativo contribuirá para melhor compreensão do fenômeno da dissonância cognitiva relacionado a *fake news*: imagine uma pessoa que acredita fortemente em teorias da conspiração sobre vacinas, convencida de que elas são prejudiciais e contêm substâncias tóxicas.

No entanto, essa mesma pessoa é diagnosticada com uma doença grave e recebe recomendação médica para receber uma vacina específica como parte do tratamento. Aqui surge uma situação de dissonância cognitiva, pois a pessoa se vê confrontada com a contradição entre sua crença anti-vacina e a necessidade de tomar a vacina para se recuperar.

Para reduzir a dissonância cognitiva, a pessoa pode buscar estratégias de justificação, como minimizar a gravidade da doença, relacionar que a vacina recomendada é uma exceção ou procurar *fake news* que confirmem suas crenças pré-existentes, ignorando ou descartando evidências científicas sólidas que apoiam a eficácia e segurança da vacina.

Esse exemplo ilustra como a dissonância cognitiva surge quando as crenças pessoais entram em conflito com informações objetivas e cientificamente embasadas. A pessoa enfrenta um desafio emocional e cognitivo, pois precisa reconciliar suas crenças arraigadas com a realidade da situação de saúde em que se encontra. (FESTINGER, 1957)



Ao longo do tempo, com base nos conceitos inaugurais de Festinger, tem-se realizado diversas pesquisas e experimentos abordando a temática em questão. Contudo, para Harmon-Jones & Harmon-Jones (2007, p. 13):

[...] prevalece a concepção original reveladora de que os seres humanos se valem de diversas estratégias para remover ou diminuir a dissonância cognitiva, pois ninguém quer parecer incoerente ou inconsistente.

Vale ressaltar que é evidente que o indivíduo possui a capacidade de alinhar ou ajustar suas atitudes para estar em conformidade com seus comportamentos anteriores, a fim de buscar coerência interna e externa e justificar suas ações e escolhas. Essa tendência é impulsionada pela necessidade psicológica de manter a integridade cognitiva, reduzindo assim a dissonância entre seus pensamentos, crenças e ações passadas. (DAVIDOFF, 2021)

De acordo com Myers (2014, p. 126), “[...] a necessidade de manter a coerência e preservar a autoimagem gera atitudes que nem sempre são as mais racionais ou revelam comportamentos simulados, marcados pela insinceridade ou hipocrisia”.

Assim sendo, podemos entender que diante de uma exposição excessiva a informações, sem nenhum tipo de criticidade, as pessoas tendem a buscar nas *Fake News* uma confirmação para saberes de senso comum. A máxima “é a minha opinião” encontra um campo vasto de afirmativas que vão de encontro com que se acredita versus a ciência.

4 CONCLUSÃO

A relação entre tecnologias digitais, internet, redes sociais e o fenômeno das *fake news* pode ser refletido a partir do conceito de dissonância cognitiva. Nas últimas décadas, o avanço tecnológico permitiu que a informação fosse amplamente difundida e acessível através da internet e das redes sociais. No entanto, essa democratização da informação também abriu espaço para a disseminação de notícias falsas e desinformação em larga escala.

A disseminação das *fake news* pode levar as pessoas a enfrentarem conflitos cognitivos, resultando em dissonância cognitiva. Quando as pessoas se deparam com informações falsas que contradizem suas crenças, opiniões ou conhecimentos prévios, ocorre um desequilíbrio entre a nova informação e seu sistema de crenças estabelecido. Esse conflito gera uma sensação desconfortável, impulsionando-as a buscar uma resolução para essa dissonância.

As tecnologias digitais e as redes sociais desempenham um papel significativo na disseminação das *fake news*. velocidade e o alcance das informações compartilhadas nas redes sociais podem ser impressionantes, tornando-as um terreno fértil para a propagação de desinformação. Além disso, os algoritmos das plataformas de redes sociais são projetados para personalizar e mostrar conteúdos com base nos interesses e preferências do usuário, criando assim uma ‘bolha de filtro’ que reforça suas crenças existentes.

A exposição repetida a informações falsas ou distorcidas, especialmente quando são confirmadas por outras pessoas dentro da rede social, pode reforçar as crenças errôneas e aumentar a dissonância cognitiva caso sejam confrontadas com informações contraditórias. As pessoas podem buscar ativamente informações seletivas que confirmem suas crenças, ignorando fontes confiáveis e embasadas em evidências.

Além disso, a disseminação de *fake news* nas redes sociais pode ser impulsionada pela busca por engajamento. O conteúdo sensacionalista, emocionalmente carregado ou que reforça narrativas polarizadas tem maior probabilidade de ser compartilhado e receber



interações, amplificando seu alcance. Essa dinâmica pode alimentar ainda mais a dissonância cognitiva, uma vez que as pessoas podem se apegar a informações falsas para manter uma coerência com suas emoções, identidade social ou visões de mundo.

Para lidar com a dissonância cognitiva resultante da exposição às *fake news*, é crucial promover a alfabetização midiática e o pensamento crítico. Capacitar as pessoas a avaliar e verificar as fontes de informação, analisar o viés presente nas notícias e reconhecer os sinais de desinformação.

A facilidade de compartilhamento e a personalização dos conteúdos nas redes sociais podem reforçar as crenças falsas, levando as pessoas a experimentarem conflitos cognitivos.

Para combater esse problema, é necessário um esforço conjunto entre os indivíduos, as plataformas de redes sociais e as instituições governamentais. Os usuários devem ser incentivados a serem críticos em relação às informações que encontram online, verificando sua veracidade antes de compartilhá-las. Isso envolve a consulta de fontes confiáveis, a busca por evidências corroboradoras e a consideração de diferentes perspectivas.

Por sua vez, as instituições governamentais devem desempenhar um papel ativo na regulamentação e supervisão do ambiente digital. A criação de leis e diretrizes que combatam a desinformação, punindo aqueles que intencionalmente espalham *fake news*, é um passo importante. Além disso, é essencial investir em educação e conscientização, ensinando as pessoas habilidades de alfabetização midiática desde a infância, para que possam discernir entre informações verdadeiras e falsas.

No entanto, é importante ressaltar que a solução para os problemas das *fake news* e da dissonância cognitiva não é simples e rápida. É um desafio complexo que requer esforços multidisciplinares e contínuo. É fundamental promover cultura de pensamento crítico e busca pela verdade, incentivando o diálogo construtivo e a análise cuidadosa das informações que recebemos.

REFERÊNCIAS

ASSIS, E. C. P. Ciberespaço e pós-modernidade em Neuromancer de William Gibson. In **Anais di VI ENECULT – Encontro de estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador, 2010. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/wordpress/24841.pdf>. Acesso em: 18 de mar. 2023.

BRADSHAW, S; HOWARD, P. N. **A ordem global de desinformação: inventário global de 2019 de manipulação organizada da mídia social**. Projeto de Propaganda Computacional, 2019.

BRIGGS, A. & BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Trad. Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BUSARELLO, R. I.; ULBRICHT, V. R. (Org.). **Práticas e geração de conhecimento frente às novas mídias**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.

CARITÀ, E. “Já estamos no futuro”. In: GIOVANNINI, Giovanni (org.). **Evolução na comunicação: do sílex ao silício**. Trad. Wilm a Freitas Ronaldde Carvalho. Rio de Janeiro: Nova Fronteira Ed., 1987, p. 281-318.

CORMEN, T. H. et al. **Introduction to algorithms**. Cambridge, MA: MIT press, 2022.



DARNTON, R. **A verdadeira história das notícias falsas**. The New York Review of Book, 13 de fev. 2017. Disponível em <https://www.nybooks.com/online/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>. Acesso em: 28 de mar. 2023.

DAVIDOFF, L. L. **Introdução à Psicologia**. 3ª ed. Trad. de Lenke Peres. São Paulo: Pearson Madron Books, 2001, p. 360.

DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Trad. Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.

FAGUNDES, V. O., MASSARANI, L., CASTELFRANCHI, Y., MENDES, I. M., CARVALHO, V. B., MALCHER, M. A., LOPES, S. C. **Jovens e sua percepção sobre fake news na ciência**. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas, 2021.

FESTINGER, Leon. **Teoria da dissonância cognitiva**. São Paulo: Zahar, 1975.

HARMON-JONES, E. e HARMON-JONES, C. **Cognitive dissonance theory after 50 years of development**. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 38(1), 2007, p. 13. <http://dx.doi.org/10.1024/0044-3514.38.1.7>. Acesso em 28 de maio de 2023.

JOWETT, G.C.S., O'DONNELL, V. J. **Propaganda e persuasão** (5ª ed.). Londres, Reino Unido: SAGE, 2012.

KENSKI, V. **Educação e tecnologias. O novo ritmo da informação**. Campinas: Papyrus Editora, 2013.

KNUTH, D. E. et al. **The art of computer programming**. Reading, MA: Addison-Wesley, 2022.

LEMOS, A. As estruturas antropológicas do ciberespaço. In: LEMOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Ireneu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTELETO, R. M. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

MYERS, D. G. **Psicologia Social**. 10ª ed. Trad. de Daniel Bueno, Maria Cristina Monteiro e Roberto Cataldo Costa. Rio de Janeiro: AMGH Editora, 2014, p. 126.

NASCIMENTO, M. V. V.; COSTA, T. L. **O fenômeno das fake news: problemáticas e possibilidades**. *Revista Semiárido De Visu*, Petrolina, v. 7, n. 2, p. 166-174, 2019.

NÚÑEZ, Benigno. **Fake news e o direito**. JusBrasil, 09 de mar. 2018. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/64666/fake-news-e-o-direito>. Acesso em 27 de mar. 2023.

PEREIRA, Romeu Pires. **Ciberespaço e ciência: cientistas como digital influencers frente às fake news no contexto da Covid-19**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciência Política). Universidade de Brasília, Brasília, 55 f., 2021.



PRAZERES, Fernando. **O perigo das fake news**. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. Disponível em: <https://www.tjpr.jus.br/noticias-2-vice>. Acesso em 28 de mar. 2023.

ROCHA, G. **Ministério da Saúde lança serviço de combate à Fake News**. Ministério da Saúde, 27 de ago. 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2018/agosto/ministerio-da-saude-lanca-servico-de-combate-a-fake-news>. Acesso em 28 de mar. 2023.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

WARDLE, C., DERAKHSHAN, H. **Desordem da informação: em direção a uma estrutura interdisciplinar para pesquisa e formulação de políticas**. Estrasburgo: Relatório do Conselho da Europa, 2017.