

# USO DE REDES SOCIAIS E SOFTWARES PARA DISSEMINAÇÃO E COMBATE DE FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES

Carla Aparecida Silva<sup>1</sup>, Camila Machado Rosa<sup>2</sup>, Gabriela Gomes de Aquino<sup>3</sup>, Mariana Cristina de Carvalho Santos<sup>4</sup>, Wallace de Souza Rezende<sup>5</sup>.

1. UFMG/Gestão de Serviços de Saúde/Enfermagem, carlagui2607@gmail.com
2. UFMG/Filosofia/FAFICH, camilamacrosa@hotmail.com
3. UFMG /Administração/FACE, gabi.gomes.a@gmail.com
4. UFMG/Tecnologia em Radiologia/FM, mariana.criti.carvalho@hotmail.com
5. UFMG/Estatística/Icex, e-mail

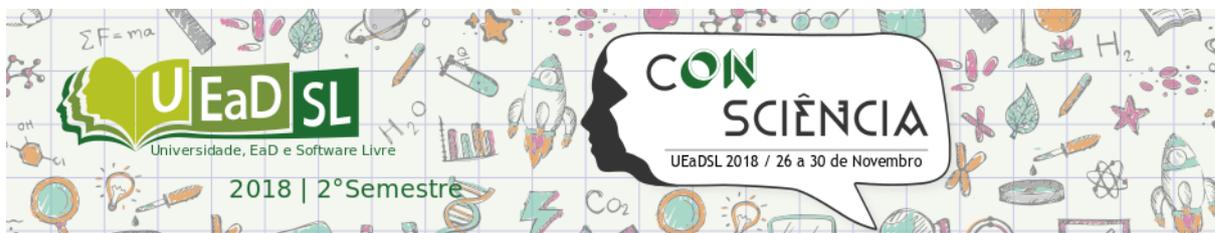
**Resumo:** Este artigo tem o objetivo de compreender como redes sociais e softwares podem disseminar e combater as *fake news* nas eleições e decisões políticas. Por meio de uma revisão de literatura, pretendem-se apresentar o conceito de *fake news*, como elas influenciam eleições contemporâneas, e o papel das redes sociais e softwares. A discussão sobre as *fake news* é recente, havendo pouco debate sobre o tema, embora elas sejam amplamente disseminadas nas redes sociais e influenciarem interesses políticos, econômicos e sociais.

**Palavras-chave:** Redes sociais, Fake News, Política, Eleições, Softwares.

## 1. Introdução

A reprodução de notícias falsas é algo antigo e comum na sociedade, sendo que, nos dias atuais as redes sociais permitiram uma disseminação rápida e atingindo um número maior de pessoas ao mesmo tempo (DELMAZO; VALENTE, 2018).

Atualmente existe uma preocupação das organizações com as ameaças que as falsas notícias e desinformações podem gerar, pois as mesmas podem destruir reputações, desrespeitar regras de invasão da privacidade, incitar à violência, discriminação, intolerância e hostilidade contra diversos grupos sociais (QUADROS, 2018).



Esse movimento amplo das notícias falsas no mundo atual é compartilhado por diversos atores sociais, como oportunidade para fazer valer sua posição de liderança, tais como: governos, empresas e indivíduos. Os mesmo tentam influenciar e interferir em decisões de interesse público, ao mesmo tempo em que coíbem e negam o direito público à informação e ao conhecimento (QUADROS, 2018).

Porém, a internet ainda é um território livre, onde há pouco controle e ações contra os agravos infringidos pela veiculação das notícias falsas.

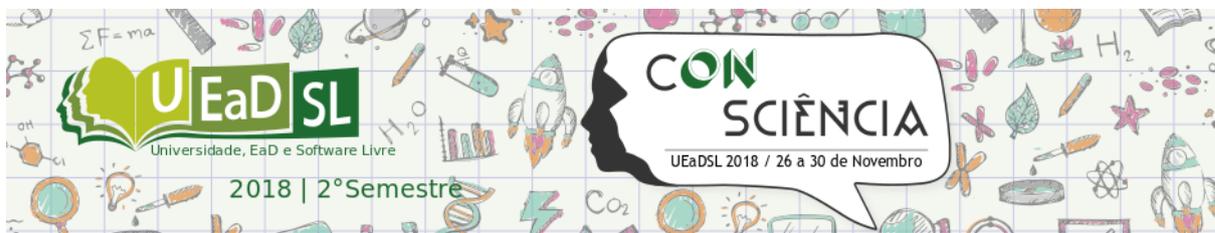
Nos processos eleitorais o fenômeno *fake news* ganha visibilidade pela influência que exerce nos sistemas políticos, com o intuito de manipular opiniões e decisões individuais e de determinados grupos sociais inseridos na sociedade.

Diante disso, é preciso discutir como as redes sociais e os softwares podem auxiliar no combate da disseminação das *fake news*, e quais mecanismos são utilizados para tal propósito.

## 2. Fundamentação Teórica

O termo *fake news* refere-se aquela notícia falsa que tem a intenção de disseminar algo a ponto de refletir no receptor de mensagem e de uma forma geral costuma acarretar problemas, no decorrer do tempo. Basicamente, podemos considerar a *fake news* como um erro de informação sendo intencional ou não, podendo também ser considerada como parcial ou imparcial, sendo que em seu segundo caso pode está misturando fatos reais com conteúdo fictício (FIDALGO, 2018).

De acordo com Santos (2017) as redes sociais são consideradas como o grande palco da disseminação de um dos principais produtos da era da pós-verdade: as *fake news* e a discussão sobre o potencial impacto na política e na vida da sociedade.



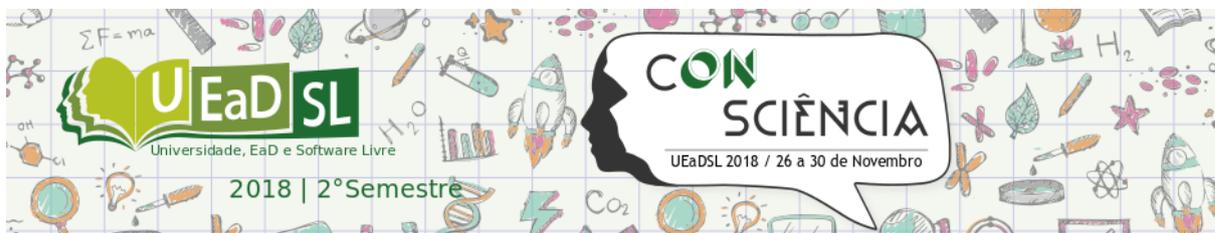
No período eleitoral a propagação deste tipo de informação cresce de forma descontrolada, com o grande número de redes sociais disponíveis como: *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *youtube*, dentre outras, sendo assim podem influenciar na decisão do cidadão, que recebe a mensagem e muitas vezes não consegue averiguar a veracidade dos fatos. (FIDALGO, 2018).

As *fake news* fazem parte do cenário político em grande escala, como por exemplo, nos EUA quando o professor Aleksandr Kogan, da Universidade de Cambridge, no Reino Unido, criou um teste de personalidade utilizando o *Facebook*, dizendo ser um estudo psicológico. Cerca de 270 mil usuários foram vítimas dessa *fake news* que permitiu que a equipe visse os dados de 50 milhões de usuários da rede social com o intuito de captar informações para influenciar as eleições repassando as informações recebidas para Cambridge Analytica, que então contratou outros especialistas, entre eles Christopher Wylie, que acabou revelando o esquema ao jornal britânico *The Observer*, quando foi descoberta que era uma imensa *fake news* (MARTÍ, 2018).

O Brasil também foi alvo desses ataques nas eleições de 2014, sendo que, um levantamento identificou que robôs, ou seja, perfis falsos programados para fazer publicações, espalharam mensagens de campanha de três candidatos à presidência (G1, 2018).

Tendo em vista esses acontecimentos, o conjunto rede social e *fake news* torna-se um fato complicador para as eleições, com este estudo pretende-se estudar alternativas de como averiguar melhor as informações e como é realizada a propagação desse tipo de notícia (MARTÍ, 2018).

As *fake news* preocupam a grande mídia no Brasil e podem manchar ainda mais a reputação das instituições jornalísticas no país. Com o intuito de combater as notícias falsas, o Google impede de anunciar na plataforma as páginas que



produzem tais notícias. A disseminação da informação deixa de ocorrer apenas através do jornalismo, mas também por cada cidadão comum (SANTOS, 2017).

Para combater as *fake news* nas eleições de 2018 no Brasil, o Facebook desenvolveu um plano para contribuir com resultados mais transparentes nas eleições. O conteúdo publicado nas páginas e nos perfis passa a ser analisado não apenas do ponto de vista da rede social, mas por quatro instituições financiadas pela empresa, que inclui robôs que analisam as notícias e também programas que detectam mentiras. Além disso, o Facebook está trabalhando próximo ao Tribunal Superior Eleitoral e aos Tribunais Regionais Eleitorais com o intuito de promover conteúdo de qualidade e eliminar *fake news* que certamente irão circular pela rede (BONOLDI, 2018).

### 3. Metodologia

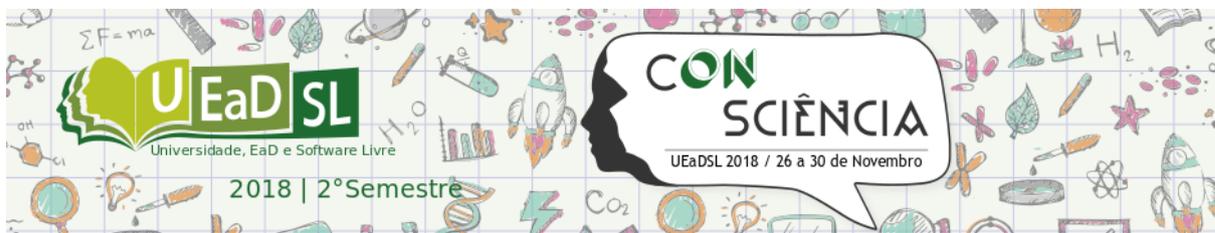
Tendo em vista que as *fake news* são assuntos atuais, é proposto realizar um estudo de revisão de literatura utilizando artigos nacionais e internacionais sobre o tema.

Para seleção dos artigos e das reportagens foram utilizados a combinação dos descritores “Fake News” and “Política” and “Eleição” and “Rede sociais” na base de dados SciELO, Google Acadêmico e internet.

### 4. Análise e Interpretação dos Dados

Na presente revisão, analisaram-se três artigos e três reportagens e após leitura dos mesmos foram realizados resumos para facilitar a compreensão da leitura.

Observou-se que as *fake news* tem capacidade de influenciar não somente as eleições, mas também diversas áreas da sociedade. Uma das formas mais comuns



da disseminação dessas notícias falsas é através das redes sociais existentes, de forma rápida e atingindo um grande número de pessoas ao mesmo tempo.

Porém, é possível combater essa disseminação através de ações criadas pelas organizações das redes sociais, tais como: barreiras de compartilhamento, controle interno por meio softwares e empresas terceirizadas de fiscalização.

Por outro lado o poder Judiciário vem tomando medidas de prevenção, em parceria com as redes sociais, com intuito de proporcionar à sociedade notícias verdadeiras e transparentes, vinculadas às eleições.

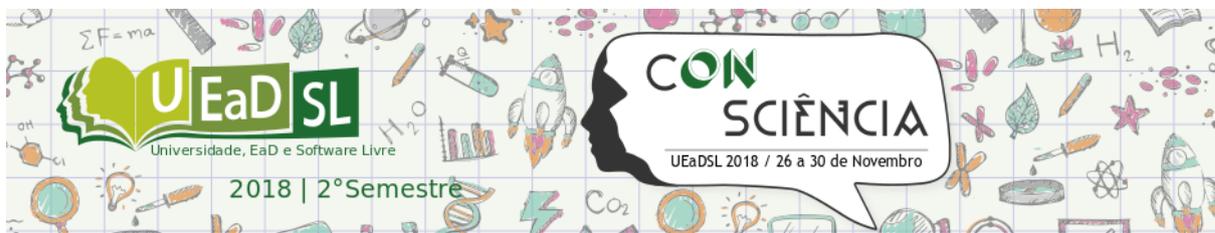
Conclui-se que apesar das redes sociais serem um meio de disseminação das *fake news*, existe controle e fiscalização por meio da própria rede e softwares.

## 5. Conclusão

A partir da análise da literatura, foi identificado que as redes sociais são um dos grandes meios de disseminação das *fake news* na sociedade, sendo um influenciador nas eleições e na sociedade como um todo. Tendo em vista estes pontos, cabe aos organizadores das mesmas investirem em métodos de segurança e controle das informações acessadas e publicadas pelos usuários.

Percebe-se, portanto, que existem ações de controle e prevenção com intuito de diminuir a disseminação das notícias falsas, contudo, é preciso criar filtros mais complexos e seguros, devido à amplitude do alcance das redes sociais às pessoas.

Espera-se que os resultados deste trabalho possam viabilizar o embasamento e o aprimoramento de pesquisas futuras, possibilitando uma discussão e reflexão sobre os conceitos relacionados ao estudo e auxiliar no combate as notícias falsas na sociedade.



## Referências

BONOLDI, Uranio. Combate a *fake news*: uma decisão que pode tornar a eleição 2018 mais transparente. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/combate-a-fake-news-uma-decisao-que-pode-tornar-a-eleicao-2018-mais-transparente/>> Acesso em: 01 de outubro de 2018.

FIDALGO, Adriano Augusto: **FAKE NEWS É A CIDADANIA DIGITAL**. publicado em 6 de maio de 2018. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/fake-news-e-a-cidadania-digital/110399/>. Acesso em: 15 de outubro de 2018.

G1. **Robôs foram usados em campanhas nas eleições de 2014**. Fantástico. Disponível em< <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2018/03/candidatos-postaram-usando-robos-nas-eleicoes-revela-estudo-da-fgv.html>.> Acesso em: 16 de novembro de 2018.

QUADROS, PAULO. **DISSIMULACRO-RESSIMULAÇÃO: ENSEJOS DA CULTURA DO ÓDIO NA ERA DO BRASIL PÓS-VERDADE**. Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes, São Paulo - SP, Brasil. Centro de Investigação em Comunicação e Cultura Digital, Lisboa, Portugal. Disponível em<[http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2183-54622018000100015](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100015)> Acesso em: 11 de outubro de 2018.

MARTÍ, Silas. **ENTENDA O ESCÂNDALO DO USO DE DADOS DO FACEBOOK**. Disponível em< <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/03/entenda-o-escandalo-do-uso-de-dados-do-facebook.shtml>.> Acesso em: 15 de outubro de 2018.

SANTOS, Jessica de Almeida; SPINELLI, Egle Müller. **Pós-verdade, fake news e fact-checking: impactos e oportunidades para o jornalismo**. In: 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 11/2017, São Paulo.