O JORNALISMO E A MAQUINARIA DAS INVERDADES: ANÁLISE DO USO DE *FAKE NEWS* EM MANAUS/AM

Renan Albuquerque[1]
Camily de Oliveira[2]

Resumo

O estudo teve como meta investigar estruturas ocultas, por detrás da formação das *fake news*, bem como a forma como se difundem e ganham cada vez mais espaço em meio a redes de comunicação, sobretudo com foco nas mídias sociais. Os pontos avaliados foram teorias da comunicação e da psicologia que abordam origem, disseminação e consequências das fake news no campo social. A metodologia foi qualitativa, de recorte transversal, com a sistemática da análise de conteúdo. Identificamos pelo menos dois aspectos que favorecem a disseminação das fake news (predisposição em ambiente de redes desinformacionais e inserção em bolhas comunicacionais agnotológicas), sendo estes que agem no psicológico dos leitores/espectadores, fragilizando-os.

[1] - Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

[2] - UFAM. https://orcid.org/0009-0006-7227-4643

Palavras-chaves
Comunicação e Informação; Fake News; Jornalismo; Teorias do Jornalismo.

Abstract

The study aimed to investigate the hidden structures behind the formation of fake news, as well as how they spread and gain increasing space in communication networks, particularly focusing on social media. The evaluated points were communication and psychology theories that address the origin, dissemination, and consequences of fake news in the social field. The methodology was qualitative, with a cross-sectional approach, using content analysis as a systematic method. We identified at least two aspects that favor the dissemination of fake news (predisposition in disinformational network environments and insertion in agnotological communication bubbles), which act on the psychology of readers/viewers, weakening them.

Keywords
Communication and Information; Fake News; Journalism; Journalism Theories.

Introdução

Imaginemos, para início de conversa, o modo de realização da produção de um automóvel 50 ou 70 anos atrás. Certamente em pouca coisa se parecia ao que é hoje. A automação computacional avançou enormemente, por força da inteligência artificial e da robótica, assim como o processo produtivo das fábricas em todo o mundo. E se formos comparar inclusive os modelos de carros que temos no presente em relação àqueles que existiam 50, 70 anos atrás, em quase nada se parecerão.

O automóvel da atualidade é muito melhor por ser mais durável, seguro e confortável. Têm muito mais carros e ônibus nas ruas e mais pessoas podem ter acesso a eles. Automóveis no presente são mais estáveis, robustos e entregam uma confiabilidade maior ao público usuário. Enfim, representam um bem de

maior qualidade. São mais ágeis, mais econômicos e ambientalmente mais responsáveis. Ou seja, a tecnologia fez elevar o quantitativo de automóveis nas ruas e isso se deu também, em igual proporção, a um maior nível de qualidade para as pessoas que usam os carros.

Agora se compararmos a informação de hoje com a informação que a gente tinha 50, 70 anos atrás, não é difícil de observar que existe um sistema de comunicação global amplo e avançado que surgiu tal e qual os automóveis avançaram, com rapidez e de livre acesso. Ou seja, existem muito mais possibilidades de integração e distribuição de informações na atualidade. Há enorme e diversa quantidade de ferramentas de comunicação: celulares, tablets, relógios de pulso, mídias de carros, laptops, desktops, satélites, internet, plataformas multiuso etc. Tudo popularizado a preços razoavelmente acessíveis. A informação está muito mais fácil de ser obtida e retransmitida.

São muitas as ferramentas e os instrumentos de uso à disposição de toda a população. Notam-se diferentes sites e portais de busca, blogs, grupos públicos ou privados, cadeias comunicacionais em fábricas, escritórios, universidades, governos e instituições. Temos ainda a disseminação de serviços de streamings e ainda diferentes sistemas de informação que servem para oferecer entretenimento e modos de conhecimento dos fait divers. A internet das coisas está em todos os cantos.

A conexão antes era relegada a pontos específicos e a gente tinha que parar em determinados computadores e entrar na rede. Hoje, tudo é possível de ser carregado no bolso. O celular com internet e muita conectividade a preços acessíveis. Na atualidade, qualquer aparelho, seja no relógio de pulso, no carro, no bolso, na mesa, possibilita acesso à internet e à informação. Consequentemente, é de se perceber que a conectividade está em todos os lugares. Redes e nuvens estão conosco diariamente, fazem parte do cotidiano. Ou seja, modos de acesso evoluíram e se popularizaram tanto quanto ou até mais se comparados a automóveis. Entretanto, qual é o produto que a informação hoje nos dá?

Hoje, a informação nem sempre é um produto verídico, confiável, de desenvolvimento para nós. Daí, considerando esse pressuposto, perguntamos: o que são fake news e qual sua sistemática de espalhamento em Manaus?

Qual o entendimento da construção e dos impactos/efeitos de fakes news dentre o campo da comunicação e da informação em redes, principalmente no que tange os aspectos que acentuam a disseminação de desinformação, contrain-

formação, rumores e boatos, que concorrem para a agnotologia na contemporaneidade?

O termo fake news ganhou força no ano de 2016 com a disputa presidencial estadunidense, em que notícias falsas sobre Hillary Clinton foram divulgadas por eleitores do Donald Trump, quando nas eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, notícias falsas que alegavam ligações entre Hillary Clinton e um círculo de pedofilia (conhecido como "Pizzagate") foram amplamente compartilhadas, influenciando a percepção do público. No Brasil, durante as eleições de 2018, informações falsas sobre candidatos circularam intensamente nas redes sociais, contribuindo para a polarização política e a disseminação de desinformação. As consequências dessas ações vão além das urnas, afetando a confiança nas instituições democráticas e fomentando a descrença generalizada.

Desde então, as fake news têm se tornado instrumentos cada vez mais poderosos e influentes na formação da opinião popular, devido a sua rapidez de disseminação, seu alto poder de persuasão que advém do apelo emocional do material usado como noticioso que se utiliza de crenças e valores raramente questionados pelo leitor/espectador como mecanismo para evitar a checagem das informações. A revolução digital trouxe consigo novas formas de comunicação e interação, mas também abriu portas para a disseminação de informações falsas. As redes sociais, como Facebook, Twitter e WhatsApp, tornaram-se as principais plataformas para a sua propagação. Os algoritmos dessas plataformas, que priorizam conteúdo com alto engajamento, frequentemente amplificam notícias falsas, já que estas tendem a gerar mais reações emocionais do que as verdadeiras.

Estima-se que o grupo mais atingido por essas notícias falsas sejam pessoas que apresentam baixa escolaridade e tenham as redes sociais como o principal meio para a obtenção de informação. Mas não só eles. As redes sociais têm ganhado cada vez mais espaço na vida dos brasileiros desde a sua chegada ao país, e exercido uma força significativa no papel de entreter e informar seus usuários. Segundo o jornal Folha de Pernambuco, um estudo realizado pela empresa de tecnologia Russa, Kaspersky Lab, comprovou que cerca de 70% dos brasileiros usaram as redes sociais como fonte de informação no ano de 2021.

As *fake news* não são apenas uma preocupação social e ética, mas também representam um desafio significativo para a saúde econômica global. Com a disseminação rápida e fácil de informações na era digital, mitigar os efeitos das

fake news exige um esforço conjunto de reguladores, empresas e indivíduos para promover a transparência, a responsabilidade e a educação informacional.

Mais recentemente, o filósofo francês Lipovetsky (2004) propõe o termo "hiper-modernidade" delimitando nossa época atual a um tempo de excessos no que diz respeito à substituição dos valores tradicionais pelos setores modernos. O que nos chama atenção na hipermodernidade é sua relação com o registro simbólico, neste caso, com a verdade, e o que vieram a designar atualmente como pós-verdade.

O termo pós-verdade, portanto, tende a surgir a partir dessa seara, muito utilizada no campo da política, e ele nos aponta que a "verdade" escaparia aos fatos e ganharia mais importância quando ligada a crenças pessoais. Segundo o Oxford Dictionaries (2016), o termo "se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais".

A manipulação midiática não apenas distorce a percepção da realidade, mas também tem consequências significativas para o funcionamento da democracia e a coesão social. Quando a verdade factual é comprometida, a base para o debate público saudável e informado é enfraquecida. A manipulação das narrativas pode levar à polarização da sociedade, onde grupos com visões opostas se tornam cada vez mais isolados em suas próprias "bolhas" de informação. Esse fenômeno é exacerbado pelo efeito de câmara de eco das redes sociais, onde algoritmos tendem a promover conteúdos que reforçam as crenças preexistentes dos usuários, criando um ambiente propício para a radicalização e a intolerância.

No âmbito jornalístico, não só o termo "fake news", mas também o que ele representa para a comunicação se tornaram reflexões e discussões no jornalismo moderno. O que faz com que uma mentira tenha maior velocidade e credibilidade, e quais são seus limites? Além disso, há a implicação das redes sociais no processo de checagem, tendo em vista que esses meios são os mais utilizados quando tratamos de desinformação.

Tobias (2018) considera que as redes e mídias sociais passaram a ditar o fluxo informacional atual por meio dos modos de usabilidade das plataformas digitais, de tal modo que os aspectos de filtragem da informação tornaram-se frágeis diante da expansão do tráfego de informações na internet. Em um contexto de vulnerabilidade das checagens de confiabilidade da informação, há uma enorme possibilidade de surgir um elo entre a criação de uma notícia falsa e a disseminação do conteúdo - logo, a difusão em massa. Como a informação

tende a se propagar de acordo com o processo de replicação, a maximização do alcance de comunicação possibilitada pelas redes sociais permite com que uma informação obtenha um nível de trafegabilidade ainda maior do que antes de sua existência, intensificando ainda mais o alcance e as consequências das fake news.

Enfoque teórico

Primeiramente, iremos tratar de modo aprofundado sobre conceitos que envolvem fake news. As *fake news* possuem como pilares a serem destrinchados: a desinformação, a contrainformação, os rumores e os boatos, que se referem à disseminação intencional de informações falsas ou enganosas com o objetivo de manipular ou enganar o público. A criação e disseminação de informações para contradizer ou neutralizar informações falsas ou propagandear inverdades a adversários a partir de fatos reais, com informações não verificadas que circulam entre pessoas, geralmente apoiadas e baseadas em suposições ou fofocas. Seguem certas estruturas e técnicas para parecerem convincentes e enganam o público.

O sucesso da disseminação de notícias falsas se deve ao fato de que o público agora pode consumir e compartilhar notícias projetadas especificamente para atender não somente às suas necessidades coletivas, mas também a interesses pessoais (Albright, 2017). Na realidade, consumidores de fake news buscam saciar, em alguma medida, uma necessidade de autoafirmação supondo-se detentores de um conhecimento ou informação privilegiada. Também querem sublinhar seu pertencimento a um grupo, sendo as chamadas "tribos" e assim creem em teorias conspiratórias. Por fim, atendem a chamados de conexão emocional com um assunto ou personalidade específica que lhes agrada.

Esses espalhadores de opinião controversa, também conhecidos por definidores primários, podem ser desde testemunhas factuais, até líderes de opinião, incluindo-se influenciadores, políticos e propagadores de ideologias dominantes na sociedade, ou seja, são aqueles a quem a verdade seria interessada a priori. Atores políticos e definidores primários muitas vezes exploram a mídia para disseminar narrativas que atendam aos seus objetivos, muitas vezes em detrimento à precisão e à imparcialidade. Desse modo, as próprias fontes por vezes se utilizam de artifícios emocionais, que podem estar carregados de preconceitos subentendidos ou subliminares, os quais são operados em razão da não verificação dos fatos.

Entendemos que fake news são criadas segundo três vetores: a) a desinformação criada inadvertida e acidentalmente pelo jornalismo cidadão, ou seja, causada por seu amadorismo na investigação de fatos e notícias jornalísticas (Mills; Pitt; Ferguson, 2019); b) a desinformação ideológica, quando notícias falsas são elaboradas por pessoas ou grupos de interesse com o objetivo de promover ideais ou agendas políticas (Allcott; Gentzkow, 2017) e, por fim, c) a desinformação oportunista (rumores ou boatos), cujo objetivo é principalmente atacar outrem, ou seja, dá-se para manipular e gerar descrédito em um produto, serviço ou pessoa, manipulando comportamentos (Mills et al., 2019).

Com base nesses três vetores, as notícias falsas podem ser categorizadas em sete tipos (Ordway, 2017): i) falsa conexão, que ocorre quando a convocação de uma notícia (manchete) não reflete seu conteúdo real; ii) contexto falso, quando a situação em que os eventos e fatos apresentados são verdadeiros, mas seu contexto geral é intencionalmente distorcido; iii) conteúdo manipulado, quando há a intenção de enganar deliberadamente ou, ainda, as imagens ou eventos reais são alterados; iv) sátira ou paródia, que se caracteriza pela reformulação de situações e acontecimentos reais com uso de humor ou exagero, resultando em entendimento equivocado por parte da audiência; v) conteúdo tendencioso, que ocorre quando um evento ou fato é noticiado com viés, de forma a gerar uma visão favorável do público em relação a um ideal, política pública ou celebridade; vi) conteúdo impostor, em que se atribui a uma pessoa uma citação inverídica ou um cenário falso; e, por fim, vii) conteúdo fabricado, quando fatos, registros, datas e sequências de eventos são totalmente manipulados com intuito de confundir.

Isso nos leva a uma forma interessante de se analisar os impactos das fake news sob a perspectiva intersetorial (comunicação-psicologia-filosofia). Assim sendo, notamos efeitos diretos e/ou indiretos no psicológico das pessoas, visto que elas se utilizam de palavras persuasivas ou apelativas emocionalmente, a despertar algum tipo de sentimento de repulsa, medo, ódio, entre outros. No âmbito filosófico, temos que é a comunicação, pois, que produz afetos (Spinoza, 2013) e estes servem de instrumentos para enredar o leitor/espectador na construção de um vínculo com o factóide disseminado.

Em um paralelo com *fake news*, os pressupostos abordados trazem elementos para ampliar a compreensão de pessoas "instruídas" que "caem" em notícias falsas. Nessa perspectiva de entendimento, se a natureza humana nem sempre se move pela razão para decidir, a "ignorância" não é a simples ausência de

escolaridade (Fagundes et al., 2021, p. 14), mas a possível presença de afetos, que quando são paixões, impedem a mente de pensar adequadamente.

Seguindo ainda preceito da *psi*, no início de seus estudos Freud recorre à prática da hipnose à procura de uma suposta verdade factual oculta entre sintomas. Ao desenhar o aparelho psíquico, Freud anuncia sua descrença na "neurótica", pois foi possível constatar que no inconsciente não há distinção entre verdade e afeto, portanto, não há "signo de realidade" (Freud, 1897/2018, p. 48). Nesse sentido, a manipulação midiática ganha um cunho de sustentação ainda mais latente, que se utiliza daquilo que já estaria impregnado na psique dos leitores/espectadores, tal qual nos aponta a filósofa Hannah Arendt, em texto publicado no ano de 1968, na revista The New Yorker, ao afirmar que a verdade factual é política por natureza, pois "[...] é sempre relativa a várias pessoas: ela diz respeito a acontecimentos e circunstâncias nos quais muitos estiveram implicados; é estabelecida por testemunhas e repousa em testemunhos; existe apenas na medida em que se fala dela, mesmo que se passe em privado" (Arendt, 1968/1995, p. 24).

Tal assertiva coloca a própria verdade, epistemologicamente falando, em situação de vulnerabilidade, por ser facilmente manipulada por detentores do poder, os quais possuem finalidade de produzir mentiras estratégicas, já que "a verdade de facto não é mais evidente que a opinião, e essa é talvez uma das razões pelas quais os detentores de opinião consideram relativamente fácil rejeitar a verdade de facto como se fosse uma outra opinião" (Arendt, 1968/1995, p. 31). Nas *fake news* não se trata de uma verdade produzida pelo sujeito, mas de outro uso da linguagem. Seus efeitos são ouvidos e vistos nas ameaças aos sistemas democráticos, pois o pânico produzido por falsas notícias que abrem horizonte de descrença (não se tem em que confiar) alimenta a paranoia do eu e contribui para fomentar o ódio nas redes sociais. "É a ética da provocação e do insulto" (Guimarães, 2019, p. 77).

O paradoxo das *fake news* é que, à medida que engendram o retorno de um sentimento de desamparo, um "não podemos crer em nada", também constroem como saída o restabelecimento da ordem tradicional na imposição de normas totalitárias e autoritárias. Restabelecimento este que se dá pela crença numa verdade supostamente estabelecida, natural, inata, como, por exemplo, a identidade sexual, a família tradicional ou uma verdade divina incorporada nas palavras de Deus, como temos visto no triunfal retorno da religião. A crença que sustenta esses argumentos estabelece um possível aspecto pejorativo sobre os

afetos, de modo que é comum observar frases como "o problema das fake news é que elas jogam com as emoções" (Oxford Dictionaries, 2016, p. 11).

Nesse contexto, em diversos países, incluindo o Brasil, a extrema direita tem agido para disseminar sua ideologia ultranacionalista, fascista e dita cristã ao se utilizar de slogans como "Deus, pátria, família", contando agora com o mais novo acréscimo, a "liberdade", fazendo referência à liberdade de expressão, um termo usado como aval para a disseminação de desinformação direcionada a medos ou preconceitos, visando mobilizar apoio ou deslegitimar opositores.

Pesquisas recentes que visam a compreender como pessoas respondem a correções de fake news indicam que apenas apontar o erro por meio de evidências lógicas nem sempre é eficaz na reeducação (Nyhan et al., 2014; Kahan, 2015; Schwarz; Newman; Leach, 2016; Lewandowsky; Ecker; Cook, 2017). Em algumas situações, quando argumentos confrontam valores de indivíduos, o efeito pode ser o contrário, aumentando a crença nas notícias falsas.

Não por coincidência, notamos no Brasil durante as eleições presidenciais de 2018, que mesmo com diversos instrumentos de *fact checking*, pesquisa realizada pela empresa de consultoria Ideia Big Data, intitulada "Eleições e Fake News", registrou que 53% dos entrevistados acreditavam que um dos candidatos iria adotar um "kit gay" nas escolas brasileiras, caso fosse eleito (Silva, 2020, p. 31). Interessa, assim, compreender, em plena era do conhecimento científico e do acesso livre a informações, motivos que levam uma parcela da sociedade, muitas vezes instruída academicamente, a acreditar em notícias que se apresentam evidentemente falsas.

Como *fake news* são construídas e agem no psicológico das pessoas? Em que medida o verdadeiro jornalismo pode corrigir equívocos gerados pelas fake news? Estas foram questões norteadoras sobre as quais procuramos refletir.

Metodologia

O estudo foi guiado pelas premissas que seguem: i) as redes sociais operam dentro da lógica de engajamento (clickbait) para a geração de receita financeira, independente da veracidade do que está a ser veiculado, ii) o que concorre para que temas do tipo sensacionalistas, lastreados por fake news, ganhem projeção e se potencializam entre visualizações e compartilhamentos, forjando ambiente propício para a operacionalização da comunicação de submundo.

A pesquisa foi qualitativa, de abordagem hermenêutica, mediada por garimpagem e coleta de dados em redes sociais. Procedemos à verificação de práticas comunicacionais de submundo a partir de análises de repercussões dentre a extrema direita de declarações agnotológicas do ex-presidente Jair Bolsonaro. O destaque foi para conteúdos recebidos e repassados tendo por base motes de desinformação, contrainformação, rumores e boatos. Granjeamos a interpretação de rebatimentos e consequências dessa dinâmica.

Exploramos e descrevemos modos de ação e reação de públicos receptores e mantenedores de teias da comunicação de submundo, principalmente nas redes *facebook, discord, whatsapp* e *telegram* (mas também em *twitter/X, youtube, instagram* e *tiktok*), onde se espalham extremismos políticos na contemporaneidade. Realizamos avaliação de discursos tendo em vista qualificar a comunicação da extrema direita segundo pressupostos definidos em: i) O que é e como funciona a comunicação de submundo; ii) Efeitos à liberdade de expressão, democratização de redes sociais e ascensão do nazifascismo; iii) Comunicação de submundo enquanto ação para instabilidade democrática, tentativa do golpe e tutela militar da sociedade; e iv) Públicos propensos à cooptação pela comunicação de submundo.

O procedimento de coleta seguiu plano de avaliação de ordem qualitativa, a partir de sistemática de Erk (2009, 2010, 2017). No procedimento de análise, observamos a visibilidade de ocorrências e coocorrências relacionadas às falas, admitindo classificações por categorias com aporte de leituras de viés flutuante e inferencial.

Resultados e Discussões

Fake news em Manaus têm sido um problema crescente, especialmente com o uso cada vez mais recorrente de tecnologias como inteligência artificial para criar conteúdo falsos, inclusive a partir de *deepfakes*, ou seja, tecnologias de uso generativo de voz e expressões faciais. A Polícia Federal tem realizado operações para investigar e apurar casos de fake news, como o uso de áudios manipulados para difamar autoridades locais. Além disso, há casos de blogueiros e sites que publicam informações falsas sobre figuras públicas, resultando em ações judiciais e decisões que determinam a retirada dessas publicações.

A partir de análise das notícias que seguem — i) "Operação da PF mira suspeitos de usar inteligência artificial em montagem de áudio com voz do prefeito de Manaus"; ii) "Juíza manda blog CM7 retirar quarta fake news contra Roberto Cidade"; iii) "Cileide é condenada novamente por fake news por difamação contra secretário do governo" — e tendo como base o enfoque teórico deste artigo, podemos concluir com imparcialidade que *fake news*, no contexto da cidade de Manaus, são com frequência atualizadas sob viés político, principalmente da extrema direita, para influenciar a opinião pública ou prejudicar a reputação de adversários políticos com desinformações, utilizando grupos de *whatsapp* e outras plataformas de mensagens, como canais para a disseminação rápida de inverdades, especialmente durante períodos eleitorais o uma forma de atacar o que denominam de "inimigos".

Exemplo recente é o caso do prefeito de Manaus, David Almeida, que foi vítima de *fake news* a partir da utilização de *deepfake*, a referida uma técnica que manipula áudios e vídeos a partir de imagens generativas para parecerem reais. Vejamos no que segue:

> *Deep fakes* (falsificações profundas, em tradução livre do inglês, em termo que também é junção de *deep learning* e *fake news*) são denominações dadas a vídeos que manipulam a realidade por meio de tecnologia, sobrepondo o rosto de uma pessoa a outra ou, ainda, emulando vozes. Usam, para isso, aplicação da inteligência artificial chamada *machine learning*, que é a capacidade dos computadores de aprenderem com dados. Ou seja, ao possuir centenas de fotos de uma mesma pessoa, a máquina aprende a maioria de suas expressões e pode sobrepô-las às de outra (Mena, 2018, p/única).

No caso em questão, uma *deepfake* imitando a voz do prefeito reeleito continha xingamentos e impropérios aos professores da rede pública de ensino, o que obviamente acarretou em indisposições com esses profissionais. Aqui encontramos notícias com conteúdo manipulado, indicando que houve intenção de enganar o consumidor/leitor ou, ainda, as imagens ou eventos reais são alterados com base em fatos reais, o que significa que houve tratamento para se veicular contrainformações (Ordway, 2017).

Outro caso interessante também envolvendo políticos amazonenses foram as *fake news* contra o então deputado estadual Roberto Cidade, que foi candidato à Prefeitura de Manaus nas últimas eleições de 2024. Cidade foi alvo de uma série de notícias falsas envolvendo sua vida profissional e familiar, com boatos sobre sua esposa, por parte de blogs como CM7, que estão sendo processados judicialmente.

O portal CM7, da blogueira Cileide Moussalem, já é bastante conhecido por produzir materiais duvidosos e tendenciosos, não raro factoides, sobre diversas figuras públicas e por isso acumula reveses judiciais por difamação. A blogueira com frequência divulga informações sem comprovação factual e que extrapolam os limites da liberdade de imprensa, as quais configuram abuso de direito e violação à honra das pessoas por ela retratadas.

Podemos citar o caso de Flávio Cordeiro Antony Filho, então secretário da Casa Civil do Governo do Estado do Amazonas, que foi vinculado a supostos escândalos e atos de manipulação eleitoral, com claros ataques à reputação do secretário. O ato foi controverso e mostrou-se enquanto manipulação de informações por parte da blogueira, que tende a se utilizar de um dos vetores das *fake news*, a desinformação de cunho ideológico, para forjar notícias falsas contra pessoas ou grupos de interesse, tendo por mote promover ideais ou agendas políticas (Allcott; Gentzkow, 2017).

Dentro dessa perspectiva, frequentemente atores políticos são alvo e acusam adversários de estarem produzindo, disseminando ou incentivando desinformações, contrainformações, rumores ou boatos. Na última disputa eleitoral para a Prefeitura de Manaus, por suposto, isso foi notório. Constantes ataques feitos entre candidatos marcaram as campanhas, que muito mais foram voltadas a dizer por que seus adversários não deveriam ser eleitos do que mostrar propostas e argumentar em prol da sua própria candidatura.

É evidente que há certa carência no exercício responsável da liberdade de imprensa por alguns portais de notícias. São ações que deveriam ser pautadas, principalmente, no compromisso ético com a informação e no respeito a direitos democráticos fundamentais. Nessa mesma seara de problemas, temos ainda matérias jornalísticas que foram analisadas sob ótica da psicologia da comunicação e das ciências da informação e da comunicação, tendo em vista um melhor apuramento da atividade jornalística na cidade de Manaus.

Podemos considerar que isto se dá em razão da polarização política que está instaurada no Brasil, um país nitidamente dividido entre o campo progres-

sista e a extrema direita, que tentam constantemente atrair simpatizantes e por consequência eleitores. Os integrantes da extrema direita, inclusive, utilizam-se de *fake news* para mostrar como o lado divergente é errado. Um exemplo de forte interesse e amplo, saindo do campo da cidade de Manaus, foi a medida de fiscalização de movimentações financeiras por parte da Receita Federal, a qual já é realizada desde 2003 por grandes bancos (Caixa, Bradesco, Itaú, Banco do Brasil, Santander) e agora seria estendida para bancos digitais (Nubank, PicPay, Inter etc.).

Entretanto, houve uma distorção dessa informação por parte de políticos de extrema direita, como o deputado federal Nikolas Ferreira, que fez alarde em suas redes sociais por meio de um vídeo de 10 minutos de duração, onde o mesmo se utilizava de um tom sensacionalista e emotivo, supostamente muito preocupado com o povo brasileiro, insinuando uma hipotética — e mentirosa— taxação das movimentações realizadas pelo *pix* a partir de R$ 5 mil para pessoa física e R$ 15 mil para empresas e pessoas jurídicas. O argumento falseado, nesse caso, mostra com obviedade seu lastro tendencioso, supondo que o atual governo estaria prejudicando a vida da população.

Os resultados dessas manipulações deram conta de informações falsas, em forma de factoides, que ganharam proporções enormes e repercussões ainda mais robustas, mediadas por milhões de seguidores do deputado Nikolas. O governo federal se sentiu pressionado pela difusão criminosa da *deep fake* e revogou a medida, não sem antes alertar a população para o fato de que se tratava de uma grande desinformação via desenvolvimento de ferramentas para amplificá-la nas redes. É fator de relevância notar que a ambiguidade tem poder de gerar no receptor uma perspectiva de aceitação do conteúdo consumido, pois vem adornada de linguagem simples e moldada por narrativa de catástrofe. Assim, quanto mais capilaridade e indivíduos propagando tais informações maior a disposição do receptor em aceitar o conteúdo (Steinmetz; Albuquerque, 2022).

Esse cenário de alto teor explosivo, no que tange à desinformação, é formado considerando-se inclusive que há uma constante coleta de dados de usuários da internet, o que permite determinar com precisão as suscetibilidades a tipos de mensagens e replicar essas suscetibilidades para grupos de igual ou semelhante ideologia extremista (Ferreira; Matoso, 2022; Lemos, 2018). As principais plataformas digitais utilizadas no ocidente (*Facebook, Instagram, X, Telegram, WhatsApp, Youtube, Discord* e *Reddit*) têm seguido caminho controverso e deixado de se comprometer com a checagem das informações propaga-

das, adotando medidas como *"notas da comunidade"*, onde os usuários ficam responsáveis por desmentir possíveis informações inverídicas. A medida começou a ser utilizada no *X* e depois foi adotada pela Meta, proprietária do Instagram e *WhatsApp*. Dessa maneira, com maior facilidade de serem disseminadas, há forte tendência e incentivo de *big techs* para o espalhamento de *fake news* nas redes sociais, tanto do país quanto do mundo.

Um espalhamento que se assume viral porque *fake news* são sinais distorcidos e desconectados da verdade com evidentes intenções de enganar leitores. São intencionais e verificadamente falsas, ainda que sejam fabricadas com características jornalísticas (Allcott; Gentzkow, 2017). São estas características, inclusive, que as impulsionam perante o público dentro do campo digital. A saber: i) título sensacionalista, com manchetes impactantes e emocionais frequentemente apresentadas de maneira a provocar resposta reprodutiva imediata, capturando a atenção com rapidez; ii) confirmação de viés, mediada a partir do que pessoas tendem a acreditar, concernente a informações que confirmam crenças pré-existentes, independentemente da veracidade; iii) uso de imagens e vídeos, com conteúdos persuasivos e com maior probabilidade de serem compartilhados por serem de fácil entendimento; iv) anonimato na internet, o que permite que informações falsas sejam criadas e disseminadas sem responsabilidade; v) uso de plataformas de redes sociais com design que facilita a rápida propagação de informações por causa de algoritmos que priorizam o engajamento.

As características descritas combinadas criam ambiente propício, com ferramentas ideais, para a disseminação rápida e ampla de *fake news*. Ademais, histórias sensacionalistas geralmente envolvem drama, mistério ou emoção intensa, o que desperta a curiosidade e o interesse de pessoas. Veículos de comunicação afeitos a *fake news* frequentemente priorizam esses temas para aumentar a audiência e, consequentemente, sua receita publicitária — o famoso *clickbait*. Para Matthew D'Ancona (2018), esse fenômeno, alinhado aos algoritmos das redes sociais, amplifica o alcance, criando bolhas de filtro que isolam indivíduos em realidades personalizadas. As pessoas são expostas apenas a conteúdos que confirmam suas opiniões e crenças, assim caindo na confirmação do viés citado acima.

D'Ancona argumenta em *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news* (2018) que bolhas de filtro reforçam crenças individuais, tornando pessoas menos propensas a confrontarem informações contraditórias ou a considerarem pontos de vista diferentes. Isso pode levar a uma visão de

mundo distorcida e à radicalização de opiniões. Por exemplo, o aumento do consumo de informações via redes sociais, provindas de fontes não verificadas, está relacionado à erosão significativa da confiança pública nas instituições jornalísticas tradicionais, outra característica da era da pós-verdade que o autor destaca. D'Ancona (Id., *op. cit.*) aponta como a desconfiança enfraquece a capacidade da opinião pública de perceber vieses informacionais e comunicacionais, facilitando a disseminação de informações falsas. Discute como plataformas digitais, ao priorizarem o engajamento sobre a veracidade, criam ambiente para que *fake news* se espalhem rapidamente.

Dentre os temas tratados pelas *fake news* em portais de notícia na região da cidade de Manaus e arredores, comumente tem-se alguma pauta que gira em torno da Zona Franca de Manaus (ZFM). Essa área industrial no meio da região amazônica se instalou como modelo econômico para a cidade após a crise envolvendo o ciclo da borracha e tem sido fonte de sobrevivência para parcela significativa da população, direta e indiretamente, oferecendo também incentivos fiscais para atrair empresas. Portanto, é comum que interessados de outros polos industriais Brasil afora, como, por exemplo, o polo da região sudeste, e principalmente de São Paulo, enxerguem a ZFM como ameaça para seus negócios, e que políticos interessados em um possível fracasso do modelo local tramem ações que enfraqueçam a competitividade do comércio na região, ponto em xeque medidas governamentais acerca da ZFM, como trataram recentemente os portais News Rondônia e BNC Amazonas.

Segundo o News Rondônia, havia informação distorcida sendo propagada sobre impactos da reforma tributária na ZFM. O portal esclarece que, com a reforma tributária sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), os 6% da alíquota que antes incidiam sobre alguns produtos produzidos na área de livre comércio foram extintos. A reforma zerou a alíquota e deu um crédito presumido, ou seja, passou para zero o imposto, mas quem comprar do Amazonas ganha 6% de crédito. De acordo com o próprio portal: "[...] essa informação correta acabou distorcida em meio a mais uma avalanche de *fake news* propagadas por pessoas ligadas ao ex-presidente Jair Bolsonaro" (Barbosa, 2024, p./única). "Diante desse cenário de falsas notícias, divulgadas até mesmo por sites do Amazonas, o parlamentar estadual Marcelo Ramos (PSD) se posicionou para esclarecer a decisão tomada por Lula a favor da ZFM, que vinha sendo distorcida por parte da sociedade amazonense" (Barbosa, 2024, p./única).

Já assunto tratado pelo BNC Amazonas é referente à publicação realizada pelo Jornal Valor Econômico, que afirmava estar a cervejaria Petrópolis, fabricante das cervejas Petra e Itaipava, em crise com uma queda de 35% nas vendas de janeiro a setembro de 2024, tendo prejuízo líquido de R$ 933 milhões no comparativo com o ano de 2023. Um dos motivos seria porque seus concorrentes têm incentivos da Zona Franca de Manaus e se beneficiaram de um planejamento tributário abusivo. Mas a verdade é que a ZFM não concede incentivos fiscais para bebidas alcoólicas. O produto é um dos cinco sobre os quais não incidem benefícios (armas e munições, veículos de passageiros, fumo, bebidas alcoólicas e perfumaria de tocador). Logo, a notícia era inverídica (Corrêa, 2024, p./única).

O uso da desinformação, no sentido oportunista, com objetivo principalmente financeiro, também concorre para desestabilizar e manipular ações de mercado e o próprio consumidor, gerando descrédito em um produto ou serviço ou manipulando o comportamento da clientela (Mills *et al.*, 2019). Além disso, houve óbvia tentativa de distorcer ações governamentais através de temas que atingem diretamente os trabalhadores brasileiros, seja com relação às suas condições de trabalho, como possíveis ameaças ao pleno funcionamento da ZFM, ou suas movimentações financeiras como já visto anteriormente.

A lista da desinformação tem sido a grande tônica das medidas que buscam a desindustrialização, incentivando a remoção de acertos em lugar de entender e aprimorar seus benefícios incontáveis. Benefícios socioambientais aplaudidos internacionalmente por sua performance de resistência e aderência à proteção florestal (Lopes, 2022, p./única). Além dos danos à reputação de indivíduos e organizações, entre outras ameaças, *fake news* podem ter impactos econômicos significativos. Consequências, como se viu no caso da Operação Lava Jato (Vaza Jato), recaem sobre a reputação e o desempenho de empresas e marcas.

A disseminação de informações falsas sobre produtos ou práticas comerciais pode minar a confiança dos consumidores porque promove boicotes e incentiva a baixa nas vendas. Empresas que enfrentam acusações infundadas de práticas antiéticas ou ambientalmente prejudiciais podem ver sua imagem corporativa danificada, resultando em perdas financeiras significativas e custos elevados para reverter os danos causados. Segundo pesquisa da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), 50% dos entrevistados já foram alvos, em alguma medida, de *fake news*, sendo que a grande maioria (92%) tem preocupação com o tema e realiza monitoramento de notícias na mídia sobre a própria marca.

Segundo os entrevistados, os principais impactos das *fake news* nas empresas são, pela ordem, danos causados à reputação da marca, danos à imagem da organização, perdas econômicas financeiras e danos à credibilidade da organização. Também foram considerados danos o envolvimento em processos judiciais, a fragilização da reputação de liderança de organizações e a incerteza quanto à qualidade de produtos e serviços (Quintino, 2022, p./única). Notícias falsas influenciam várias facetas da atividade econômica. Especificamente, mostramos que os choques de notícias falsas sobre tecnologia explicam uma parcela considerável dos gastos com consumo de bens duráveis e não duráveis, bem como serviços. Após um choque de notícias falsas sobre tecnologia, os consumidores tendem a cortar seus gastos.

A desaceleração se estende ao mercado de trabalho — tanto as horas trabalhadas quanto à queda nas vagas de emprego após o choque. Também afeta os mercados financeiros, com os preços das ações diminuindo em meio ao aumento da volatilidade. Inflação e expectativas de inflação inicialmente caem, assim como a taxa de juros da política monetária, mas rapidamente revertem ao seu valor de longo prazo. Finalmente, os *spreads* de crédito e os prêmios de risco aumentam, sugerindo a ocorrência de confusão de mercado e um nível mais alto de aversão ao risco do investidor. No geral, ondas de notícias falsas sobre tecnologia desempenham papel significativo na formação de flutuações, destacando-se a instabilidade econômica e o mal comportamento dos mercados (Assenza *et al.*, 2024).

Há diferenças sutis na resposta econômica a diferentes tipos de notícias falsas. Especificamente, sabemos que notícias falsas do lado da oferta sobre tópicos como tecnologia, impostos e preços de gás e derivados exercem influência significativa nos resultados econômicos. No entanto, notícias falsas com o foco em outros aspectos da economia (como mercados de trabalho, gastos governamentais ou regulamentação financeira) não produzem efeito estatisticamente significativo (Assenza *et al.,* 2024). O sucesso da disseminação de notícias falsas se deve ao fato de que o público agora pode consumir e compartilhar notícias projetadas especificamente para atender não somente às suas necessidades racionais e cognitivas (Albright, 2017). Logo, assuntos mais próximos da realidade do leitor, daquilo que já lhe é de interesse, chegam a si com mais facilidade e por um viés mais direcionado.

Durante a segunda edição do Seminário Anual do Sistema Financeiro e Crédito, realizado no dia 13 de setembro de 2024, na FGV, em São Paulo, ocor-

reu um debate com representantes do Fundo Garantidor de Créditos (FGC), em parceria com o Núcleo de Mercados Financeiro e de Capitais (MFCap) da FGV Direito SP. O tema girava em torno de desafios e caminhos a serem seguidos na preservação da estabilidade do sistema financeiro e de crédito. Um dos motivos tratados no seminário foi o impacto das *fake news* no mercado financeiro e de crédito. O painel destacou as preocupações com a disseminação de notícias falsas e seus efeitos potencialmente devastadores (Estadão, 2024, p./única).

Segundo o desembargador federal do Tribunal Regional Federal da 3ª Região, Nino Toldo, a punição de divulgação de informações falsas sobre instituições financeiras está prevista na legislação desde 1986, no artigo 3º da Lei nº 7.492. "A pena vai de dois a seis anos de reclusão, além de multa", explicou. Apesar disso, mencionou que, em seus 11 anos no tribunal, raramente viu casos desse tipo. "A única situação que encontrei foi a de Ricardo Mansur, no final dos anos 1990, quando ele divulgou informações falsas sobre o Banco Bradesco para forçar negociações de suas dívidas", contou. A dificuldade, segundo o desembargador, está em provar a intenção de prejudicar ou obter vantagens com a desinformação. Além disso, poucos casos chegam ao sistema penal (Estadão, 2024, p./única).

Também durante o evento, Yuri Corrêa da Luz, procurador da república do Ministério Público Federal de São Paulo, salientou que a legislação atual não está preparada para lidar com o fenômeno da desinformação em larga escala e tão pouco é suficiente para tal demanda. Além disso, defendeu normas mais rígidas para influenciadores digitais que propaguem desinformação. (Estadão, 2024, p./única). A defesa destaca a importância dos formadores de opinião, os definidores primários, definidores estes que muitas vezes exploram a mídia para disseminar narrativas que atendam aos seus objetivos, muitas vezes em detrimento da precisão e da imparcialidade.

Efeitos sobre a saúde mental

Em Manaus, a disseminação de *fake news* tem gerado impactos significativos na saúde mental da população, especialmente em contextos de crise sanitária e política. Durante a pandemia de covid-19, por exemplo, a circulação de informações falsas sobre tratamentos e medidas preventivas causou pânico e desinformação, dificultando o enfrentamento da doença.

Segundo dados da plataforma SocialMediaGov, a Prefeitura de Manaus se destacou entre as prefeituras brasileiras com maior engajamento nas redes sociais, alcançando mais de 149 mil interações em uma semana de abril de 2024. Esse dado pode significar que a população manauara está cada vez mais conectada, seguindo uma tendência nacional. Entretanto, a falta de alfabetização midiática e o acesso desigual à informação de qualidade tornam muitos indivíduos mais suscetíveis a acreditar e compartilhar conteúdos falsos. Especialmente em áreas com limitações de acesso digital, como o interior do Amazonas, a propagação de *fake news* é facilitada pela escassez de fontes confiáveis e pela confiança em informações não verificadas.

De acordo com o Portal Manaós, "quando não se tem estrada, não se tem conectividade e informação. Quando não se tem conexão, não se tem escolha. E é aí que a desinformação faz morada, silenciosa, sorrateira e eficaz. Uma mentira repetida mil vezes em um grupo de *WhatsApp* pode ser mais poderosa do que uma verdade publicada em um portal jornalístico com credibilidade". A pesquisa de Abjaude *et al.* (2020) acrescenta que notícias falsas impactam significativamente na saúde mental de usuários de redes sociais. Isso ocorre porque esse tipo de informação é deliberadamente projetada para evocar respostas emocionais intensas nos leitores, o que, por sua vez, aumenta a possibilidade de compartilhamento, desencadeamento de sentimentos como raiva, medo, tristeza, ansiedade e desconfiança.

A comoção ou o choque causados por essas notícias aumentam o estado de alerta das pessoas e contribuem para um clima constante de tensão. Os indivíduos podem se sentir inseguros diante de ameaças que, muitas vezes, nem são reais, e com o tempo, o acúmulo desses efeitos pode contribuir para estados mais graves de sofrimento emocional, como depressão. O impacto das *fake news* na saúde mental da população vai muito além da pandemia. Mesmo fora de contextos de emergência sanitária global, a desinformação sobre questões de saúde continua a ser um problema sério, afetando o bem-estar psicológico dos cidadãos de forma contínua e silenciosa.

Em Manaus, há desafios históricos relacionados ao acesso à saúde pública e à educação, esse tipo de desinformação pode ser ainda mais prejudicial. Muitas pessoas, por falta de acesso a fontes confiáveis ou dificuldade de compreensão de linguagem técnica, acabam acreditando em conteúdos falsos, o que pode levar a decisões perigosas sobre sua própria saúde ou a de seus familiares. Isso contribui

para o aumento do estresse, da ansiedade e da sensação de vulnerabilidade diante de doenças ou condições crônicas.

Informações enganosas que prometem curas por meio de substâncias naturais ou que desestimulam o tratamento médico convencional são muito comuns na região e podem fazer com que pacientes deixem de seguir terapias corretas e demais tratamento médicos, o que compromete a eficácia do tratamento e ainda causa angústia, culpa ou arrependimento.

Por conseguinte, seja o influenciador um ser humano, um site ou blog voltado para disseminação de informações sensacionalistas, quanto mais compartilhado e mais aderido socialmente, mais rápido passam pelo processo cognitivo da pós-verdade, o prefixo "pós" transmite a ideia de que a realidade dos fatos ficou para trás e o que se propagou foi, na verdade, modificado, apelando para o emocional das pessoas que leem a notícia, trazendo mais ibope e influência do que a pura verdade (Teixeira *et al.*, 2018, p. 2).

Segundo a perspectiva freudiana, isso se dá porque no inconsciente não há distinção entre verdade e afeto, portanto, não há "signo de realidade" (Freud, 1897/2018, p. 48), logo, o ambiente em que os indivíduos estão socializados são fatores fundamentais na influência sobre o que será, ou não, tido como verdade.

Ao tratarmos sobre questões de saúde mental, a proliferação de discursos de ódio e conteúdos violentos nas plataformas digitais a afetam diretamente. Pessoas expostas a esses conteúdos podem desenvolver transtornos como ansiedade, depressão e estresse pós-traumático. Além disso, a criação de comunidades extremistas online, muitas vezes alimentadas por fake news, reforça fanatismos e polarizações que promovem o isolamento e o medo (Bollos, 2025).

Momentos como o que passamos provam que pessoas, de forma individual ou coletiva, se empoderam, produzem e reproduzem informações, sem o devido "filtro", com várias justificativas para suas ações que vão desde a solidariedade até projetos pessoais de crescimento profissional (Cubas, 2020, p. 1) ou ainda pela ineficácia de racionalizar afetando o seu senso crítico e analítico. Há uma dimensão coletiva no impacto: o ódio disseminado por figuras públicas, líderes políticos ou religiosos, e nas redes sociais, pode normalizar comportamentos violentos e reforçar estigmas sociais.

Esse ambiente tóxico gera polarização, conflitos interpessoais e enfraquece os vínculos comunitários, o que aumenta a sensação de isolamento e desamparo emocional, afetando a saúde mental de toda a sociedade. Não apenas perpetuando o preconceito, como também provocando danos emocionais e psi-

cológicos graves em quem é alvo ou mesmo espectador frequente desse tipo de conteúdo.

Na cidade de Manaus e em outras regiões marcadas por desigualdades sociais e diversidade cultural, os discursos de ódio podem ser ainda mais devastadores. Populações indígenas, ribeirinhas, negras e LGBTQIAPN+, por exemplo, muitas vezes enfrentam múltiplas formas de discriminação, o que intensifica o sofrimento psíquico. Quando essas populações são alvos de discursos violentos, o impacto não é apenas psicológico, mas também social, pois afasta essas pessoas dos espaços de fala, participação política e acesso a direitos. Mesmo aqueles que pertencem ao grupo-alvo, mas não sofrem agressões diretas, vivem com medo de serem os próximos. Isso cria um ambiente de alerta constante, o que leva à hipervigilância e ao desgaste emocional.

É possível citar também as notícias falsas que desinformam sobre a saúde mental, propriamente dita depressão, ansiedade, uso de medicamentos psiquiátricos ou até sobre o papel de psicólogos e psiquiatras que reforçam estigmas, dificultando o diagnóstico e o tratamento adequado. Muitas pessoas, com medo do julgamento social alimentado por essas fake news, deixam de procurar ajuda, o que agrava seu sofrimento psíquico, pois trata-se de um problema estrutural, profundamente enraizado nas desigualdades sociais, educacionais e tecnológicas da região.

A desinformação, quando articulada a discursos de ódio, contextos de insegurança e baixa capacidade de análise crítica, gera um ciclo de sofrimento silencioso que compromete não só o bem-estar individual, mas também a saúde coletiva. Combatê-la, portanto, exige não apenas regulação de conteúdo digital, mas, sobretudo, investimento em iniciativas que fortaleçam o senso crítico, o acolhimento emocional e a construção de comunidades mais solidárias e informadas. É a partir desse compromisso com a verdade, a empatia e a educação que será possível proteger a saúde mental da população manauara e criar uma sociedade mais resiliente frente à manipulação informacional.

Considerações finais

Compreender o funcionamento da maquinaria das inverdades, como estão enredadas, e suas sistemáticas de uso em uma capital como Manaus, com as peculiaridades de uma região historicamente isolada, negligenciada, nos ajuda

a entender como o mecanismo das *fake news* age e quais as proporções dentro desta sociedade tão diversificada, devastada por uma pandemia e dividida politicamente.

Esse trabalho se ocupou de análises bibliográficas e de matérias jornalísticas acerca da temática das *fake news* em Manaus, com enfoque nas suas consequências nos campos da economia, política local, e saúde mental, a fim de entender os engendramentos da mente humana que tendem a aceitar informações falsas com apelos emocionais e/ou confirmem crenças já pré-estabelecidas em seus subconscientes, como bem estamos estruturados em tempos da pós-verdade.

Foi possível observar que *fake news* na região, em sua maioria, utilizam-se de discursos de ódio contra figuras públicas, políticos, ataques a Zona Franca de Manaus, causando danos às reputações dos alvos dessas desinformações, além da perda de credibilidade perante a população. Impacto este que desafia também, e principalmente, os profissionais de jornalismo, que precisam se empenhar não somente para levar os fatos verídicos para seu público, como, nessa nova era cada vez mais tecnológica, também se ocuparem de desmentir rumores, boatos, desinformações e contrainformações que vão de encontro com os interesses públicos, enquanto competem com a relevância das redes sociais — campo de maior disseminação de desinformação — na vida das pessoas.

É importante mencionar que a relação entre *fake news* e saúde mental é multifacetada, com fatores contextuais e individuais desempenhando papéis importantes. Contextos sociais, regionais, familiares, grupos em redes sociais, são aspectos a serem considerados para a avaliação dos impactos causados por inverdades e verificar sua influência na formação de opiniões. A presença das redes sociais como principal fonte de informação na capital amazonense, somada à baixa fiscalização do conteúdo compartilhado, cria terreno fértil para a circulação de notícias enganosas.

Nesse cenário, indivíduos com menor acesso à educação crítica, apoio familiar estruturado ou estabilidade emocional tornam-se mais suscetíveis às estratégias de manipulação utilizadas pelas *fake news*, que muitas vezes se utilizam de discursos alarmistas, emocionais ou de identificação cultural para se espalhar. Identificar o impacto das informações falsas na vida dos indivíduos revela a importância urgente de promover a alfabetização midiática, que envolve a capacidade de interpretar e avaliar criticamente as informações.

Por fim, concluímos serem imprescindíveis que ações educativas e políticas públicas de combate à desinformação levem em consideração essas múltiplas dimensões. Não basta apenas checar fatos ou punir disseminadores — é necessário investir na construção de uma cidadania informada, crítica e emocionalmente fortalecida. Somente com um olhar atento às realidades locais e às relações sociais que moldam o cotidiano da população de Manaus será possível enfrentar, de forma eficaz, os efeitos da desinformação sobre a democracia, a saúde mental e a coesão social.

APROVADO em 12/10/2025
RECEBIDO em 18/11/2025

Referências

ABJAUDE, S. A. R. et al. Como as mídias sociais influenciam na saúde mental? SMAD, Rev. Eletr. Saúde Mental Álcool Drog. (Ed. port.), Ribeirão Preto, v. 16, n. 1, p. 1-3, 2020. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-69762020000100001&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 23 maio 2025.

ALBRIGHT, J. Welcome to the era of fake news. Media and Communication, v. 5, n. 2, p. 87-89, 2017. Disponível em: https://doi.org/10.17645/mac.v5i2.977. Acesso em: 19 out. 2024.

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. Disponível em: https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211. Acesso em: 19 out. 2024.

ARENDT, H. Verdade e política. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1995. (Trabalho original publicado em 1968).

ASSENZA, T. et al. Do burburinho à crise: como as notícias falsas moldam o ciclo de negócios. CEPR, 10 abr. 2024. Disponível em: https://cepr.org/voxeu/columns/buzz-bust-how-fake-news-shapes-business-cycle. Acesso em: 10 mar. 2025.

BAIRON, S. et al. Coalizão democrática: as eleições de 2022 e a garantia das instituições. Embu das Artes: ALEXA, 2021.

BANDEIRA, K. Pesquisa aponta que 71% dos brasileiros usam redes sociais como fonte de informação. Folha de Pernambuco, 13 out. 2021. Disponível em: https://www.folhape.com.br/colunistas/tecnologia-e-games/pesquisa-aponta-que-71-dos-brasileiros-usam-redes-sociais-como-fonte-de-informacao/27487/. Acesso em: 11 abr. 2024.

BARBOSA, E. Fake news sobre os impactos da reforma tributária na Zona Franca de Manaus são desmentidas. News Rondônia, 7 fev. 2025. Disponível em: https://newsrondonia.com.br/noticias/2025/02/07/fake-news-sobre-os-impactos-da-reforma-tributaria-na-zona-franca-de-manaus-sao-desmentidas/. Acesso em: 12 fev. 2025.

BARBOSA, É. A batalha contra as fake news: a desinformação que isola a verdade na Amazônia. Portal Manaós, 8 abr. 2025. Disponível em: ht-

tps://portalmanaos.com.br/2025/04/08/a-batalha-contra-as-fake-news-a-desinformacao-que-isola-a-verdade-na-amazonia/. Acesso em: 26 maio 2025.

BOLLOS, R. Janeiro branco: como cuidar da mente em um mundo de desinformação. Desinformante, 27 jan. 2025. Disponível em: https://desinformante.com.br/pv-saude-mental-desinformacao/#:~:text=Pessoas%20expostas%20a%20esses%20conte%C3%BAdos,o%20isolamento%20e%20o%20medo. Acesso em: 19 maio 2025.

CORRÊA, N. Valor Econômico publica mentira sobre Zona Franca de Manaus. BNC Amazonas, 22 jan. 2025. Disponível em: https://bncamazonas.com.br/poder/valor-economico-publica-mentira-sobre-zona-franca-de-manaus/. Acesso em: 12 fev. 2025.

CUBAS, M. R. Excesso de informação é alienante? Journal of Health Informatics, v. 12, n. 1, 2020.

D'ANCONA, M. Post-truth: the new war on truth and how to fight back. Londres: Ebury Press, 2018.

FERREIRA, M. C.; MATOSO, M. C. Fake news and her behavior: the social influence for the acceptability of false content. Research, Society and Development, v. 11, n. 5, p. e55311528132, 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i5.28132. Disponível em: https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/28132. Acesso em: 6 jan. 2025.

FGC; ESTADÃO. Seminário discute o impacto das fake news no sistema financeiro e de crédito. Estadão, 27 set. 2024. Disponível em: https://www.estadao.com.br/economia/seminario-discute-o-impacto-das-fake-news-no-sistema-financeiro=-e-de-credito/#:~:text=O%20risco%20das%20fake%20news&text=%E2%80%9CFake%20news%2C%20no%20sistema%20financeiro,entender%20que%20isso%20%C3%A9%20crime. Acesso em: 10 mar. 2025.

FREUD, S. Carta 139 [69], 21 set. 1897. In: Obras incompletas de Sigmund Freud. Belo Horizonte: Autêntica, 2018. p. 47-50. (Trabalho original publicado em 1897).

G1 AM. Operação da PF mira suspeitos de usar inteligência artificial em montagem de áudio com voz do prefeito de Manaus. G1 Amazonas, 9 fev. 2024. Disponível em: https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2024/02/09/operacao-da-pf-mira-suspeitos-de-usar-inte-

ligencia-artificial-em-montagem-de-audio-com-voz-do-prefeito-de-manaus.ghtml. Acesso em: 5 jan. 2025.

GUIMARÃES, M. R. Ethos trolling, fake news e capitalismo. Curinga, v. 47, p. 76-81, 2019.

LEMOS, R. Com avanço tecnológico, fake news vão entrar em fase nova e preocupante. Disponível em: http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/577777-com-avancotecnologico--fake-news-vao-entrar-em-fase-nova-e-preocupante. Acesso em: 11 abr. 2024.

LEWANDOWSKY, S.; ECKER, U.; COOK, J. Beyond misinformation: understanding and coping with the post-truth era. Journal of Applied Research, v. 6, n. 4, p. 1-59, 2017.

LIPOVETSKY, G.; CHARLES, S. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LOPES, A. Zona Franca de Manaus e o vírus letal da desinformação. CIEAM, 30 nov. 2022. Disponível em: https://cieam.com.br/coluna-do-cieam/zona-franca-de-manaus-e-o-virus--letal-da-desinformacao. Acesso em: 10 mar. 2025.

MENA, I. Verbete Draft: o que são deepfakes. Disponível em: https://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-sao-deepfakes/. Acesso em: 11 abr. 2024.

MILLS, A.; PITT, C.; FERGUSON, S. 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. Disponível em: https://doi.org/10.2501/JAR-2019-007. Acesso em: 19 out. 2024.

NYHAN, B.; REIFLER, J.; RICHEY, S.; FREED, G. Effective messages in vaccine promotion: a randomized trial. Pediatrics, v. 133, n. 4, p. 35-42, 2014.

ORDWAY, D. Fake news and the spread of misinformation. Journalist's Resource, 1 set. 2017. Disponível em: https://journalistsresource.org/politics-and-government/fake-news-conspiracy-theories-journalism-research/. Acesso em: 19 out. 2024.

OXFORD DICTIONARIES. Word of the year 2016 is… Disponível em: https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016.

PREFEITURA DE MANAUS. Prefeitura de Manaus é líder nacional em engajamento em suas redes sociais. Prefeitura Municipal de Manaus, Manaus, 11 abr. 2024. Disponível em: https://www.manaus.am.gov.br/noticia/comunicacao/redes-sociais-prefeituta/. Acesso em: 22 maio 2025.

QUINTINO, L. O estrago das fake news nos negócios brasileiros. Veja, São Paulo, 6 out. 2022. Disponível em: https://veja.abril.com.br/economia/o-estrago-das-fake-news-nos-negocios-brasileiros. Acesso em: 12 mar. 2024.

REDAÇÃO. Cileide é condenada novamente por fake news por difamação contra secretário do governo. O Poder, 6 jan. 2025. Disponível em: https://www.opoder.com/executivo/cileide-e-condenada-novamente-por-fake-news-por-difacao-contra-secretario-da-casa-civil-do-governo1. Acesso em: 7 jan. 2025.

REDAÇÃO. Juíza manda blog CM7 retirar quarta fake news contra Roberto Cidade. Portal D24am Amazonas, 31 dez. 2024. Disponível em: https://d24am.com/amazonas/juiza-manda-blog-cm7-retirar-quarta-fake-news-contra-roberto-cidade/. Acesso em: 5 jan. 2025.

SILVA, C. Adaptação da justiça eleitoral ao ambiente e aos processos midiáticos em rede. 2020. 84 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2020.

TEIXEIRA, V. M. et al. As fake news e suas consequências nocivas à sociedade. Anais do Encontro Virtual de Documentação em Software Livre e Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online, v. 7, n. 1, 2019.

TOBIAS, M. S. O fenômeno da pós-verdade no Facebook: análise das fake news relacionadas aos candidatos à presidência do Brasil no primeiro turno das eleições de 2018. 2018. 216 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Florianópolis, 2018.