



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
(PPGPSI/UFRRJ)

**AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DAS *FAKE NEWS*, PERSPECTIVAS
ATUAIS DAS NOTÍCIAS FALSAS**

SANDRO VALÉRIO GONÇALVES MARTINS

SEROPÉDICA
2022

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
(PPGPSI/UFRRJ)
PROCESSOS PSICOSSOCIAIS E COLETIVOS

**AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DAS *FAKE NEWS*, PERSPECTIVAS
ATUAIS DAS NOTÍCIAS FALSAS**

SANDRO VALÉRIO GONÇALVES MARTINS

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre, no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Orientador: Prof^o Dr. Denis Giovani Monteiro Naiff

SEROPÉDICA
2022

FICHA CATALOGRÁFICA

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

MA79r Martins, Sandro Valério Gonçalves, 1980-
As representações sociais das fake news,
perspectivas atuais das notícias falsas / Sandro
Valério Gonçalves Martins. -- Rio de Janeiro, 2022,
74 f.

Orientador: Denis Giovanni Monteiro Nalff.
Dissertação (Mestrado). -- Universidade Federal Rural
do Rio de Janeiro, PPGPSI, 2022.

1. Representações sociais. 2. Fake News. 3.
Processos psicossociais. 4. Pós verdade. 5. Notícias
falsas. I. Nalff, Denis Giovanni Monteiro, 1972-
orient. II Universidade Federal Rural do Rio de
Janeiro. PPGPSI III. Título.

“O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.”

FOLHA DE APROVAÇÃO

SANDRO VALÉRIO GONÇALVES MARTINS

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE FAKE NEWS, PERSPECTIVAS ATUAIS DAS NOTÍCIAS FALSAS

Dissertação submetida à Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro como requisito parcial do Programa de Pós Graduação em Psicologia, para obtenção do título de Mestre.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 29/07/2022

Banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
gov.br DENIS GIOVANI MONTEIRO NAIFF
Data: 08/08/2023 17:22:10-0100
Verifique em <https://validar.br.gov.br>

Dr. Denis Giovani Monteiro Naiff
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ
Presidente

Documento assinado digitalmente
gov.br ANTONIO MARCOS TOSOLI GOMES
Data: 07/08/2023 17:24:00-0100
Verifique em <https://validar.br.gov.br>

Dr. ANTONIO MARCOS TOSOLI GOMES
Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ
Examinador externo à Instituição

Dr. RAFAEL MOURA COELHO PECLY WOLTER
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES
Examinador externo à Instituição



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por RAFAEL MOURA COELHO PECLY WOLTER - SIAPE 3049828 Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Psicologia - PPGP/CCHN Em 08/08/2023 às 12:19

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/765642?tipoArquivo=O>

AGRADECIMENTOS

À minha família e amigos por todo o apoio e compreensão;

Ao meu orientador professor Denis Giovani Monteiro Naiff pelos ensinamentos, sobretudo pelas lições de vida.

(...). Os dias que eu me vejo só
São dias que eu me encontro mais
E mesmo assim eu sei também
Existe alguém pra me libertar.

Condicional – Rodrigo Amarante

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Máquina de escrever	04
Figura 2: Jair Bolsonaro discute violência contra mulheres.....	06
Figura 3: <i>Whatsapp texting</i>	07
Gráfico 1 - Gráfico de idade dos participantes	30
Gráfico 2 - Gráfico de sexo dos participantes	31
Gráfico 3 - Gráfico do estado civil dos participantes	32
Gráfico 4 - Gráfico da escolaridade dos participantes.....	33
Gráfico 5 - Gráfico da crença na credibilidade das informações das mídias tradicionais.	34
Gráfico 6 - Gráfico da crença na credibilidade das informações das redes sociais	35
Tabela 1 - Análise prototípica	39
Tabela 2 - Análise de similitude.....	41
Tabela 3 - Nuvem de palavras.....	42

SUMÁRIO

Resumo.....	1
Abstract	2
INTRODUÇÃO	3
CAPITULO I.....	4
1.1- Historicidade das <i>Fake News</i>	4
1.2- <i>Fake News</i> e a política.....	5
1.3- A propagação de <i>Fake News</i>	7
CAPITULO II	10
2.1- A teoria das Representações Sociais.....	10
2.2- A construção do objeto.....	18
2.3- Desenvolvimento da abordagem estrutural.....	21
CAPITULO III.....	29
3.1- Objetivos da pesquisa.....	29
3.2- Método utilizado.....	29
3.3- Participantes.....	29
3.4- Características sociodemográficas dos participantes.....	30
3.5- Instrumento de coleta de dados.....	34
3.6- Instrumento de análise de dados.....	34
3.7- Aspectos éticos da pesquisa.....	35
CAPITULO IV	38
4.1- Resultados e discussão.....	38
4.2- Análise do Questionário.....	38
4.3- Tabelas de análises.....	39
4.3.1- Apresentação da Análise prototípica.....	39
4.3.2- Apresentação da Análise de similitude.....	41
4.3.3- Apresentação da nuvem de palavras.....	42
CAPITULO V	44
5.1- Considerações finais	44
5.2- Referências Bibliográficas	45
5.3- Anexos	54
5.3.1-Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).....	54
5.3.2- Formulário de pesquisa proposto.....	55

RESUMO

O presente trabalho de dissertação teve como objetivo identificar e analisar as representações sociais vinculadas as *Fake News*, sob a ótica da teoria das representações sociais (S. Moscovici), em especial utilizando a abordagem estrutural, de modo a identificar e organizar as representações no formato de mapas conceituais para viabilizar a melhor análise da estrutura dos elementos centrais de possíveis representações sociais. Para tanto, foi elaborado um formulário no *Google Forms* e utilizando-se de redes sociais para sua divulgação, obteve-se a participação de 100 pessoas de diversos Estados do país, de idades entre 18 e 80 anos e de diversas escolaridades. Essa pesquisa caracterizou-se pela abordagem quantitativa/qualitativa, composta de questionário sócio representacional, com questões semiestruturadas (abertas e fechadas), buscando distinguir a estrutura das representações sociais das *Fake News* a partir de dados de evocações livres e comportamentos associados. Com o auxílio de software de análise textual (IRaMuTeQ) e utilizando a lexicografia dos termos encontrados, pudemos identificar as representações sociais, enquanto pressupostos orgânicos, que mostraram uma possível construção social de núcleo central e de sistema periférico relacionados ao termo indutivo, corroborando a tese de que o núcleo central das representações, organiza a distribuição das cargas afetivas no conjunto da própria representação social. Verificamos a existência de um comportamento que relaciona elementos negativos ao termo *Fake News*, intensamente conexo às atividades políticas, às redes sociais e à mídia convencional. Ressalta-se que a pesquisa corresponde a uma primeira aproximação exploratória das representações sociais impregnadas ao termo *Fake News*, portanto um recorte temporal e instável.

Palavras-chaves: Representações sociais, *Fake News*, processos psicossociais, pós-verdade, notícias falsas.

ABSTRACT

This dissertation aimed to identify and analyze the social representations linked to Fake News, from the perspective of the theory of social representations (S. Moscovici), in particular using the structural approach, in order to identify and organize the representations in the format of conceptual maps to enable a better analysis of the structure of the central elements of possible social representations. To this end, a form was prepared on Google Forms and using social networks for its dissemination, 100 people from different states of the country, aged between 18 and 80 years old and with different educational backgrounds, participated. This research was characterized by a quantitative/qualitative approach, consisting of a socio-representational questionnaire, with semi-structured questions (open and closed), seeking to distinguish the structure of social representations of Fake News from data on free evocations and associated behaviors. With the aid of textual analysis software (IRaMuTeQ) and using the lexicography of the terms found, we were able to identify the social representations, as organic assumptions, which showed a possible social construction of a central nucleus and a peripheral nucleus related to the inductive term, corroborating the thesis that the central nucleus of the representations organizes the distribution of affective loads in the set of the social representation itself. We verified the existence of a behavior that relates negative elements to the term Fake News, intensely connected to political activities, social networks and conventional media. It should be noted that the research corresponds to a first exploratory approximation of the social representations impregnated with the term Fake News, therefore a temporal and unstable cut.

Keywords: Social representations, Fake News, psychosocial processes, post-truth, fake news.

INTRODUÇÃO

É sabido que o fenômeno das *Fake News* está latente no cenário atual, notadamente pelas eleições que se avizinham. Utilizando-a como pano de fundo desta problematização contemporânea e buscando localizar seus pontos enraizados na sociedade, questiona-se as concepções que impossibilitam a compreensão do real frente as notícias falsas e a própria ausência de credibilidade na mídia tradicional, abrindo espaço para que o conhecimento acadêmico-científico seja equiparado ao senso comum e até a subjetivas convicções pessoais, reforçando subjetivismos, irracionalismos e negativismos que tendem a fortalecer a proliferação de *Fake News* nos mais variados campos do conhecimento. Esse fenômeno social transita por diversas faces e nuances. Segundo Derakhshan e Wardle (2017), as *Fake News* atualmente podem ser classificadas, por sua ocorrência, em sete espécies: 1- a sátira ou paródia; 2- a falsa conexão; 3- o conteúdo enganoso; 4- o falso contexto; 5- o conteúdo impostor; 6- o conteúdo manipulado e 7- o conteúdo fabricado. Em verdade, podemos acreditar que nem toda *Fake News* cria um conteúdo novo ou completamente falso, fato que dificulta a checagem da veracidade das informações, outrossim a própria checagem dos fatos/notícias não está isenta a alterações, distorções e interpretações, afinal, a definição do que é verdade, do que é mentira, informação imprecisa, exagerada ou absurda também é atravessada por interesses e por convicções, inclusive pelo viés de confirmação (Braga, 2018). Em síntese, *Fake News* são fatos sociais da atualidade pois, designam fenômenos que ocorrem no interior social (Durkheim, 1999), derivando da dialética entre um indivíduo e a sociedade ou vice-versa.

CAPITULO I

1.1- Historicidade das *Fake News*

Fake News ou notícias falsas, numa tradução linguística direta, é um termo largamente utilizado e presente atualmente nos noticiários e mídias de massa em todo o mundo. De acordo com Allcott e Gentzkow (2017), as *Fake News* podem ser definidas como “artigos noticiosos que são intencionalmente falsos e aptos a serem verificados como tal, e que podem enganar os leitores”. Esse fenômeno ocorre atualmente, dentro de um movimento digital de revolução comunicacional advindo de processos simultâneos e interativos de multimídia no qual os utilizadores de redes sociais privilegiam conteúdos que confirmam suas visões subjetivas de mundo e produzem/reproduzem qualquer tipo de material, por mais absurdo que seja seu teor (Braga, 2018).

Figura 1 - Máquina de escrever



Fonte: Wikimedia Commons, the free media repository

Inicialmente o termo *Fake News* esteve associado a política e as eleições (Monnerat, Riga e Ramos, 2018). Tais informações encontram um terreno fértil nas redes sociais de massa (Gragnani, 2018), e compartilhadas sem o mínimo de cuidado e observação fizeram surgir um novo tipo de campanha política, a desinformação política. Dessa forma o termo *Fake News* se popularizou com tanta projeção que foi classificado como a palavra do ano de 2017 na Inglaterra pela editora Collins, e recebeu até uma menção em um dicionário britânico (Borrego, 2017).

Em verdade as *Fake News* sempre estiveram presentes ao longo da história, o que mudou foi a nomenclatura do termo, o meio utilizado para sua divulgação e, sobretudo o potencial de alcance e persuasão que o material falso adquiriu nos últimos anos (Darnton, 2017). Muito antes do Jornalismo ser prejudicado pelas *Fake News*, escritores já propagavam falsas informações sobre seus desafetos por meio de comunicados e obras. Anos mais tarde, a propaganda tornou-se o veículo utilizado para espalhar dados distorcidos para a população, o que ganhou força no século XX (Darnton, 2017).

1.2- *Fake News* e a política

A democracia é sempre afetada pela forma como se dão os processos comunicacionais (Braga, 2018), e por esta via o fenômeno social *Fake News* ganhou notoriedade. Após a campanha para eleição presidencial de Donald Trump, nos Estados Unidos da América (EUA), em 2016, as pesquisas apontaram que realmente houve uma influência direta das notícias falsas nas eleições norte americanas (Oremus, 2017). A demanda de informações falsas durante as eleições dos EUA em 2016 foi tão grande que levou a empresa multinacional de serviços online e de software dos Estados Google LLC a criar ferramentas para verificação de conteúdo, permitindo, inclusive, a qualquer pessoa iniciar uma reclamação de conteúdo enganoso ou ofensivo, com a promessa de melhorar os resultados gerados por seu algoritmo (Hern, 2017).

No Brasil as notícias falsas passaram a ter destaque no ano de 2018, principalmente por causa das eleições políticas e devido ao amplo uso das redes sociais digitais como ferramentas de difusão, discussão e propaganda, como citou Mori (2018) “A internet teve um papel central na campanha neste ano, e acaba sendo também o meio onde muitas vezes começam as brigas de família - que acabam transbordando do mundo digital para a vida real”.

Figura 2 - Jair Bolsonaro discute violência contra mulheres



Fonte: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/>

Essa versão brasileira, do que há de pior na política, que é o ataque pessoal de grupos engajados não pela melhor escolha do quadro político, mas sim pelo controle do poder estatal, nas palavras de Ciro Marcondes filho:

No período entre 2014 e 2018, o Brasil passa a vivenciar o fenômeno do excessivo peso da atmosfera sobre a cabeça das pessoas. Nada era explícito, mas essa tal de nuvem negra instalava-se na sociedade e dirigia, como um espectro de terror, os comportamentos, os agires, as falas. Das campanhas de ódio veiculadas pela imprensa, meios de comunicação e redes sociais instalou-se a polarização do espectro político. E, na ponta mais extrema da direita, surge uma figura a princípio ridicularizada, depois, progressivamente avançando no cenário da política até tornar-se expoente máximo das classes detentoras de poder político e econômico, cujos representantes próprios não conseguiram convencer a população de que o golpe de 2016 não fora um golpe (FILHO, 2019).

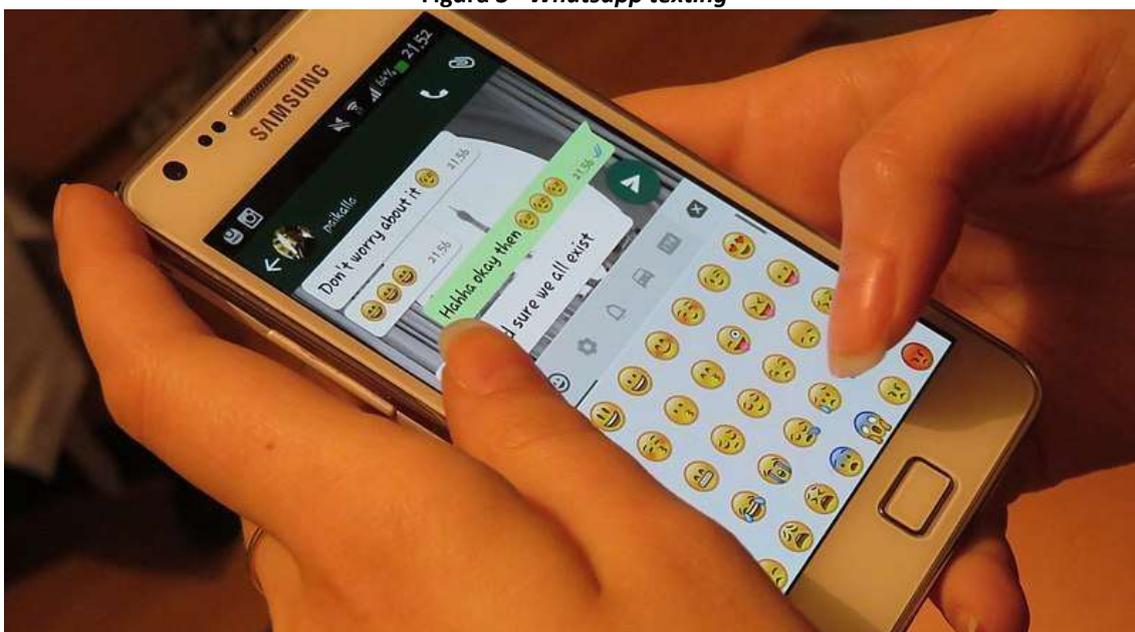
Como reflexo dessa movimentação e para criar critérios legais em 2019 foi promulgada a lei nº 13.834 de 04 de junho de 2019 (Brasil, 2019), para tipificar o crime de denúncia caluniosa com finalidade eleitoral, em razão da crescente onda de *Fake News*, nas palavras de Oliveira e Vieira (2019) “uma resposta à possibilidade de se coibir a disseminação de notícias falsas resguardando a liberdade de expressão, sobretudo em momentos de eleições: o grande desafio da justiça eleitoral de hoje”.

Não obstante a longa história de notícias falsas, existem várias razões para a relevância midiática na crescente ocorrência de *Fake News*. A fácil inserção de conteúdo nas mídias sociais, sem fiscalizações ou preocupações com a reputação criam o cenário ideal para sua propagação, especialmente diante da possibilidade de movimentar massas, de forma incalculável em razão da globalização, isto porque, toda comunicação carrega em si a potencialidade da sua informação intrínseca e dentro do mundo globalizado das redes sociais não se pode contê-la, como assevera Bauman (1999) “a informação agora flui independente dos seus portadores; a mudança e a rearrumação dos corpos no espaço físico é menos que nunca necessária para reordenar significados e relações. ”.

1.3- A propagação de *Fake News*

Como visto anteriormente, as *Fake News* propagam-se de maneira exponencial em razão das redes sociais difundidas na sociedade, as mais usadas atualmente no Brasil são o *Facebook*, o *Instagram*, o *Twitter* e o *WhatsApp*. Uma publicação no *Facebook*, no *Instagram* ou no *Twitter* (salvo configurações específicas de privacidade) é indexada, ou seja, podem ser objeto de pesquisa por outros usuários, sendo passível de análise e denúncias, o que possibilita o contraditório e o debate. Uma mensagem enviada pelo *WhatsApp* se restringe apenas aos polos da comunicação (emissor e receptor), limitando significativamente a possibilidade de fiscalização e intervenção de terceiros (Oliveira e Vieira, 2019).

Figura 3 - *Whatsapp texting*



Fonte: Wikimedia Commons, the free media repository

Devemos acentuar ademais que *Fake News*, enquanto informação que inventa fatos e se apresenta como novidade ou como notícias de última hora, tornou-se um problema a de difícil resolução para as democracias contemporâneas. *Fake News* são nocivas porque podem gerar engano nos indivíduos e distorcer o debate público, sobretudo em momentos decisivos como eleições ou até de saúde pública como no contexto atual da COVID-19.

Além disso, as *Fake News* são um tipo específico de informações inverídicas cuja falsidade pode ser objetivamente comprovada e hoje temos várias iniciativas de *fact checking*¹ no Brasil que atuam para verificar fatos e divulgar o que é falso. *Fake News* não se equivalem, portanto, a opinião, a comentários ou a obras claramente de ficção, mas são histórias que enganam por construir falácias, com o objetivo de se passar por fatos verídicos e serem recebidas como notícias, a presunção nesse sentido, de que se trata de uma narrativa verdadeira sobre um fato real.

Ao mesmo tempo que essas ações acontecem descontroladamente, um fluxo informativo nas plataformas de mídias sociais transita, confirmados por uma série de outras mensagens perigosas, baseadas em discurso de ódio, de intolerância, de sectarismo e de conspiração que desafiam a todo momento o limite da liberdade de expressão. Essas mensagens hostis se apresentam em forma de comentários, de opiniões, são emitidas por atores diversos entre cidadãos comuns, influenciadores digitais e figuras públicas e dão impulso à circulação de *Fake News*. A própria forma como os links são compartilhados nas redes sociais dificulta a identificação da natureza dos conteúdos em circulação (Delmazo e Valente, 2018). Neste sentido, os formadores de opinião, atualmente encarnados na figura dos “*youtubers*”² ou seja, pessoas com poder de influência em grupos sociais, sejam eles pequenos, médios ou grandes, são os principais troncos de distribuição de *Fake News*, principalmente ignorando a veracidade da informação, de forma que ajudam a impulsionar o espalhamento de rumores, de embustes e de mentiras nessas arenas digitais.

Estudos baseados em análise de rede³, por exemplo, têm mostrado que esses interpretes funcionam como nós centrais para disseminação de *Fake News*, e quanto mais

¹ O fact-checking é uma forma de qualificar o debate público por meio da apuração jornalística, checando o grau de verdade das informações.

² Youtubers são influenciadores digitais que utilizam como plataforma principal o YouTube e conseguem se relacionar com o seu público, objetivando reverter suas interações em ganhos monetários. (Niederauer & Maggi. 2022)

³ O Laboratório de estudos sobre Imagem e Cibercultura (LABIC-UFES), tem como missão a realização experimental de produtos digitais e a promoção de pesquisas e atividades de extensão relacionados ao impacto da cultura digital nos processos e práticas de comunicação contemporânea.

essa carga informativa nociva é impulsionada por essas contas influentes mais adquirem credibilidade social e se espalham facilmente entre diferentes plataformas. Isso quer dizer que os líderes de opinião, dentre políticos, jornalistas, religiosos, ativistas entre outros, atuam decisivamente para fermentar o clima de opinião hostil e para impulsionar campanhas de desinformação online. Podemos considerar as *Fake News* como a ponta do iceberg, mas a raiz do problema é complexa por essa razão e por outras de ordens tecnológicas, comunicacionais, psicológicas, cognitivas e políticas.

CAPITULO II

2.1- A teoria das Representações Sociais

A teoria das representações sociais (TRS) foi elaborada por Serge Moscovici com o intuito de explicar e compreender a realidade social, considerando a dimensão histórico-crítica (OLIVEIRA, 2001). O conceito de Representação Social se estabelece no limite entre a psicologia e a sociologia, notadamente entre a psicologia e a sociologia do conhecimento. Este, teve início com Durkheim (1999), com o conceito da teoria da Representação Coletiva, no qual procurava dar conta de fenômenos como religião, mitos, ciência, categorias de tempo e espaço em termos de conhecimento inerente à sociedade, afirmando: “Esses tipos de conduta ou de pensamento não são apenas exteriores ao indivíduo, são também dotados de um poder imperativo e coercitivo, em virtude do qual se lhe impõe, quer queira, quer não”. Já Moscovici (1978), por sua vez, afasta-se da perspectiva sociológica de Durkheim quando considera as representações como algo compartilhado de modo heterogêneo pelos diferentes grupos sociais, assim retorna o conceito de Representação Social para a Psicologia Social, como ensina Moscovici:

É óbvio que o conceito de representações sociais chegou até nós vindo de Durkheim. Mas nós temos a visão diferente dele, ou, de qualquer modo, a psicologia social deve considera-lo de um ângulo diferente, de como o faz a sociologia. A sociologia vê, ou melhor viu as representações sociais como artifícios explanatórios, irreduzíveis a qualquer análise posterior. (Moscovici, 2010, p.45)

A psicologia social trabalha com as representações sociais no âmbito do seu campo, do seu objeto de estudo, a relação: indivíduo versus sociedade e de um interesse pelo substrato cognitivo, embora não situado no paradigma clássico da psicologia, a psicologia social reflete sobre como os indivíduos, os grupos, os sujeitos sociais constroem seu conhecimento a partir da sua inscrição social, de estereótipos e simplificadores do mundo.

A teoria das representações sociais fica conhecida a partir da publicação da famosa obra “La psychanalyse, son image, son public” do psicólogo social Serge Moscovici, publicada em 1961, na França. A cidade de Paris, na década de 1950 é o contexto no qual a teoria se desenvolve. Naquele período começou a ocorrer um debate de caráter bem restrito por parte de intelectuais e acadêmicos sobre a psicanálise que repercutiu na imprensa da época e acabou divulgado para a grande população. Em um período três anos (1953-1956), 230 jornais e revistas não especializados publicaram aproximadamente

1600 artigos sobre psicanálise (Vala, 1993, p. 353) e a partir disto, começou a ser mais comum o uso de termos da psicanálise em várias camadas da sociedade.

O fato interessante foi que muito dos sujeitos que passaram a utilizar tais termos não tinham tido contato com as obras de Freud. Observando esse fenômeno, Moscovici buscou em seu estudo compreender como a teoria da psicanálise era entendida, discutida e disseminada pelo senso comum, como afetava o cotidiano gerando novas práticas e pensamentos. Também se propôs a analisar as alterações que as noções psicanalíticas sofriam em distintos grupos.

Em outras palavras pode-se dizer que objetivo do trabalho era identificar como um conhecimento produzido no universo reificado era apropriado por outros indivíduos no universo consensual. Para Moscovici (2012), o universo reificado representa um ambiente controlado em que se produz conhecimento rigoroso e lógico como os produtos da erudição e da ciência. Já o universo consensual é um ambiente mais aberto, onde são produzidos conhecimentos a partir da cognição e da interação social no cotidiano.

O conceito representação social é de difícil delimitação pelo seu significado amplo. O termo representação já era utilizado anteriormente na Filosofia, na Sociologia e na própria Psicologia. Todavia, pode-se dizer que as representações sociais de Moscovici estão mais próximas das representações coletivas de Durkheim.

As representações coletivas apresentavam uma noção de que as formas características de pensar de cada sociedade determinavam suas formas de organização social. Neste sentido, possuíam uma natureza independente, autônoma do pensamento individual. Eram produções sociais que se impunham como forças externas ao indivíduo, servindo deste modo à coesão grupal. Durkheim argumentava que fenômenos coletivos não podiam ser explicados em termos de indivíduo, pois estes, não podem construir sozinhos, uma religião ou uma língua. Logo, os fenômenos coletivos eram produtos da comunidade, de um povo (Kucharski, 1997 apud Alexandre, 2004).

Para Moscovici, o modelo explicativo contido nas representações coletivas não parecia estar adequado para explicar os movimentos representacionais dos indivíduos em um mundo mais fluído e dinâmico, pois as sociedades modernas em comparação as sociedades antigas, possuíam maior pluralidade de ideias e maior variabilidade de comportamentos. Além disto, existia agora uma rede de comunicação também ampliada. Em resumo a proposição de Durkheim foi considerada por Moscovici insuficiente para dar conta do dinamismo e da pluralidade do novo modelo de vida social da época (Farr, 1994).

Na tentativa de realizar uma comparação, mesmo que reducionista entre as representações coletivas de Durkheim e as representações sociais de Moscovici, pode-se dizer que o conceito de Durkheim se refere a representações duradouras, tradicionais, amplamente distribuídas, transmitidas lentamente pelas gerações, deste modo, associa-se melhor ao modelo de interação mais rígido das sociedades antigas. Já o conceito de Moscovici considera a existência de uma dinâmica maior entre as representações sociais, uma divergência representacional sobre um mesmo objeto em diferentes grupos, a interferência significativa do elemento individual, existindo assim maior possibilidade de alteração destas representações. Neste trecho fica bem clara a concepção de Moscovici (1984)

As representações sociais de que me ocupo não são as das sociedades primitivas, nem o que delas resta no subsolo da nossa cultura. São as da nossa sociedade atual, do nosso solo político, científico e humano, e que nem sempre tiveram tempo suficiente para permitir a sedimentação que as tornaria tradições imutáveis (p.181).

Outra referência cabível para apresentar as diferenças entre as representações coletivas e as representações sociais é o trecho escrito por Sperber (1989).

Algumas representações são calmamente transmitidas de geração em geração: são o que os antropólogos chamam tradições e são comparáveis a um fenômeno endêmico; outras representações, típicas das culturas modernas, difundem-se rapidamente a toda uma população, mas tem um curto período de vida; são o que chamamos modas e são comparáveis a epidemias (p.127).

Ao estudo das representações sociais é necessária a consideração de três níveis de análise: o valor cultural, as representações individuais e as redes de interação entre os grupos. Segundo Moscovici (2012) essa articulação entre o cultural, o interativo e o individual encontram percussores clássicos nas ciências sociais de Durkheim, Weber e Simmel.

O conceito das representações sociais não foi fechado por Moscovici e seu desenvolvimento se deu a partir da contribuição de outros autores. Apesar de críticas recebidas pelo caráter conceitual aparentemente genérico, a teoria continuou a ser desenvolvida e utilizada em estudos que não se limitavam a área da Psicologia e a receber contribuições em diferentes épocas e lugares do mundo.

Denise Jodelet, grande divulgadora da teoria na América Latina definiu Representação Social como:

[...]uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social (Jodelet, 1989, p.36).

Assim, as representações sociais consistiriam em uma forma de conhecimento que possibilita a construção de uma realidade, constituindo elementos práticos orientados para comunicação e ação no mundo. Embora se manifestem como elementos cognitivos, não podem ser reduzidos à cognição, pois são fenômenos sociais. Mesmo que sejam acessadas através da cognição, só podem ser entendidas se conectadas ao contexto no qual se produziram (Spink, 1993; Alves-Mazzotti, 2008).

Doise (1993), as representações sociais são mais do que crenças consensuais:

[...] são princípios organizadores de natureza variada, que não correspondem necessariamente a crenças partilhadas, uma vez que podem resultar em posições diferentes, ou mesmo opostas, de indivíduos em relação a pontos comuns de referência (p.4).

Para Jean Claude Abric, as representações sociais podem ser entendidas como “o produto e o processo de uma atividade mental pela qual o indivíduo ou um grupo reconstitui o real, com que se confronta e lhe atribui uma significação específica” (Abric, 1998, p.125).

Segundo Strey et al. (2008), as representações sociais podem ser entendidas como teorias do senso comum, explicações elaboradas coletivamente que tem a finalidade de dar sentido à realidade. Já Flament (2003), considera que são “um conjunto de cognições relativas a um objeto, partilhadas pelos membros de uma população homogênea em relação a um mesmo objeto” (p.37).

O conceito de representação social em suas referências mais aceitas acaba por representar o modo como a Psicologia Social entende a relação entre indivíduo e sociedade. O indivíduo é produto e produtor da cultura e as representações sociais são uma expressão do universo interindividual e da expressão coletiva.

Pode-se dizer que as representações sociais se referem a fenômenos produzidos pela necessidade humana de dar sentido ao mundo, de comunicar e coordenar ações, de modo que seja possível viver em sociedade. O termo também nos remete a uma teoria, pois ao longo dos anos se firmou como um corpo regras e leis sistematizadas que servem para investigar e explicar determinados fenômenos.

A partir das considerações sobre seu conceito faz-se necessário apresentar os critérios que caracterizam uma representação social, é importante destacar que nem todo objeto produz uma representação social. Algumas ideias inicialmente consideradas como representação, podem ser formadoras apenas de opinião ou imagens desconexas. O pensamento que configura uma representação social precisa ter como características: a função do saber, a função identitária, a função de orientação e a função justificatória. Em outras palavras precisa ser capaz de transformar o não familiar em familiar, possibilitar a construção de identidades, orientar ações e práticas e justificar comportamentos.

A função do saber, segundo Abric (1998) permite compreender e explicar a realidade. Considerada como um saber prático do senso comum, as representações sociais permitem que os indivíduos obtenham conhecimentos e integrem-nos a um quadro assimilável e compreensível para eles, em coerência com seu funcionamento cognitivo e os valores aos quais aderem. Simultaneamente, facilita e é condição necessária aos processos de socialização.

Em relação à função identitária, as representações sociais permitem a manutenção da especificidade dos grupos. Têm também o poder de situar os indivíduos e os grupos no campo social permitindo uma construção de uma identidade gratificante, e que seja compatível com os sistemas de valores e crenças historicamente determinados. Desempenha papel importante no controle social exercido pela coletividade sobre cada um de seus membros (Abric, 1998).

Na função de orientação, entende-se que elas podem guiar os comportamentos e as práticas, produzir sistemas antecipatórios constituindo deste modo, uma ação sobre a realidade. Permite a seleção e a filtragem de informações e interpretações, buscando tornar a realidade conforme a representação. É prescritiva de comportamentos ou de práticas obrigatórias. Define o que é lícito, tolerável ou inaceitável em um contexto social (Abric, 1998).

Em sua função justificadora as representações sociais permitem justificar posteriormente o ato, mas também apresentam importância no momento que o precede,

possibilitando que os autores sociais expliquem suas condutas em um contexto, ou em relação a seus participantes.

Quanto à sua localização, é importante dizer que enquanto teoria, as representações sociais se encontram dentro de um campo mais amplo de conhecimento científico que é o pensamento social, este por sua vez consiste em uma área de interesse tanto da psicologia social, quanto da sociologia. Pode-se dizer que ela está localizada na fronteira entre essas ciências.

Portanto, para Moscovici (2000, apud LIMA, 2020a) indivíduos e grupos criam representações em um processo interativo de comunicação e cooperação que circula compreendendo a realidade e informando o que já se sabe dela, classificando, explicando, ou descrevendo coisas e pessoas. O saber comum elaborado e compartilhado socialmente caracteriza um grupo social e ajuda a explicar sua realidade, define sua identidade e orienta e justifica suas práticas (ABRIC 1998, apud LIMA, 2020a).

De modo mais dinâmico, o autor também compreende as representações sociais como uma rede de ideias e imagens mais fluídas. (MOSCOVICI, 2003 apud LIMA, 2020a). Segundo Moscovici (1998, p.11), as representações sociais:

São essenciais nas relações humanas, porque se não tivéssemos, não poderíamos nos comunicar e entender um ao outro. Elas também permitem ações conjuntas. Por exemplo, para que um movimento social seja capaz de agir e se afirmar, a maneira como se vê e como antecipa sua presença na sociedade e na mídia é essencial. As representações também são importantes no nível individual. De fato, ninguém nunca tem contato direto com a realidade. Você não pode assimilar informações se não tiver algum tipo de representação prévia. As representações sociais são, portanto, uma condição para que o indivíduo colocado na frente da informação possa formar sua própria representação da realidade.

Para Jodelet (1986 apud SÁ, 1998), as representações sociais são sistemas de conhecimento socialmente elaborados e orientam comportamentos, definindo a identidade social de um grupo e a construção do objeto.

Por outro lado, alguns autores abordam o conceito por meio de diferentes dimensões: cognitivista, social, discursiva, ideológica, enquanto sujeito produtor de sentido e através de relações intergrupais e da reprodução de esquemas de pensamento socialmente estabelecidos. Então, uma estratégia para a pesquisa a partir da noção de

representações sociais seria a escolha de uma perspectiva teórica constituída ou uma combinação entre elas (SÁ, 1998). A “grande teoria” das representações sociais proposta por Moscovici (1984 apud SÁ, 1998) desdobra-se em três correntes complementares. A mais original é a de Denise Jodelet (1984 apud SÁ, 1998), que a articula as representações sociais com as práticas e se identifica com a visão de Moscovici, mas há ainda Willem Doise, com uma perspectiva societal (1993 apud SÁ, 1998), e Jean Claude Abric (1976 apud SÁ, 1998), com a leitura estrutural das representações e, portanto, mais relacionada a uma visão cognitivista. Em algumas dimensões há uma discussão se há ou não complementariedade à “grande teoria” de Moscovici (SÁ, 1998).

Para analisar alguns pontos de convergência e divergência, entende-se a teoria *moscoviciano* das representações sociais como sendo uma comunicação do cotidiano que orienta o comportamento e cujo princípio é tornar familiar algo não familiar. Assim, uma representação é constituída de informação, atitude e campo de representação. Segundo Moscovici (1998), estão presentes na teoria também os processos formadores das representações: objetivação e ancoragem que vem sendo atenuados, seja por ação de pesquisadores que deixam de lado aspectos imagéticos (o que poderia ser resgatado através de imagens veiculadas nas mídias), seja pela dificuldade de sua identificação, já que não há fontes confiáveis para uma pesquisa histórica da vida e pensamento do popular (SÁ, 1998).

Inicialmente a abordagem complementar de Jodelet (1986 apud SÁ, 1998) dá ênfase às contribuições originais de Moscovici (1984 apud SÁ, 1998) e as representações do cotidiano por meio do discurso do indivíduo e do grupo e de seus comportamentos e práticas sociais, institucionalizadas e retroalimentadas pela comunicação de massa que contribui para mantê-las ou transformá-las (SÁ, 1998).

Segundo Doise (1993 apud SÁ, 1998), a análise psicossocial trata das dimensões das respostas às perguntas como: quem sabe? As representações sociais são princípios geradores de posição nas relações sociais e organizam o processo simbólico. Na abordagem, a ancoragem condiciona o social através das representações das relações cognitivas (SÁ, 1998).

Abric (1976 apud SÁ, 1998), principal autor e fundador da teoria do núcleo central se ocupa dos aspectos organizativos e cognitivos das representações. As representações sociais segundo esse autor se organiza em sistemas central, com características mais rígidas e estáveis, e periférico, com caráter mutável, flexível e individualizado, sendo que

o primeiro organiza o segundo. As representações sociais somente irão se diferenciar se modificarem o núcleo central (SÁ, 1998).

Uma das técnicas de coleta de dados com esse tipo de abordagem é a evocação livre. A partir de Abric (1993 apud SÁ, 1998), esse método se define por seu caráter espontâneo, que permite o acesso a elementos semânticos mais facilmente que na entrevista. A associação livre permite mostrar os elementos implícitos perdidos no discurso. Além dos conteúdos da representação, os pesquisadores do núcleo central pretendem conhecer também sua estrutura e organização interna. Para isso, pedem para o sujeito analisar cognitivamente sua produção da hierarquização. Assim, os próprios sujeitos informam suas representações (SÁ, 1998).

Nascimento, Nascimento e Rocha (2019 apud LAUGIER, 2017:12,13) afirmam que o pensamento é alguma coisa totalmente partilhada, potencialmente coletiva e que de algum modo não pertence ao sujeito, encontra-se fora ou em suas práticas, suas palavras. A questão é então de saber como vamos caracterizar o tipo de pensamento que vai se exercer neste mundo, julgá-lo e transformá-lo.

O pensamento social está relacionado à noção de “comum”, que dita regras e direciona o “social”, ordenando o que é relevante e o que deve ser partilhado pelos grupos sociais. Nos estudos de memória, Halbwachs (1990) fala da dimensão social, apontando que a sociedade recorda por meio de memórias compartilhadas por um grupo. Com isso, os acontecimentos da vida também são gravados na memória dos grupos mais íntimos. As lembranças são de domínio comum, se encontram em meios sociais e se conservam, são produzidas nas relações com meios coletivos, havendo trocas de acontecimentos que tiveram lugar na vida do grupo.

As representações revelam a identidade dos sujeitos e a representação de um objeto inclui conhecimentos advindos do social, seja por meio de experiências vividas e transmitidas entre gerações, seja através da comunicação. Dessa forma, são estabelecidos sentidos para o indivíduo e também para o coletivo. Por isso, a apreensão da representação não se dá somente a partir do pensamento, mas também por meio do sentimento, do imaginário e dos aspectos simbólicos. A intersubjetividade se dá na relação entre sujeito, objeto e social, formando ideias coletivas voltada à apreensão do cotidiano e ao saber popular. Nota-se um outro modo de obter o conhecimento para além da racionalidade científica: o senso comum. Este informa, comunica, orienta comportamentos, posiciona-se diante de alguns objetos e avalia, podendo ser ou não favorável e tornando-o empírico (NASCIMENTO; NASCIMENTO e ROCHA, 2019).

Segundo Bandura (1986 apud LIMA, 2020), a cognição social integra três aspectos: comportamento, pensamento e ambiente. Desta forma, as crenças, as emoções, e a cognição podem ser desenvolvidas e sofrer mudanças por influência do social, que informam e podem ativar reações emocionais. As crenças negativas em relação a indivíduos e grupos sociais gera preconceito. As representações sociais, alimentadas por crenças e construída por grupos majoritários pode levar a inferiorização de grupos minoritários, à exemplo os migrantes, criando distorções na percepção e comportamentos discriminatórios (LIMA, 2020a).

Por fim, as representações sociais são como a sociedade se dá a conhecer e construir o conhecimento com os indivíduos, como interagem sujeitos e a sociedade para organizar a realidade, como terminam por construí-la numa estreita parceria que passa pela comunicação (ARRUDA, 2007).

2.2- A construção do objeto

O objeto de pesquisa em representações sociais é um recorte criado a partir de um fenômeno de representação social. De acordo com Moscovici (2012) os fenômenos de representação social são unidades consensuais de pensamento. O fenômeno difere do objeto de pesquisa, é mais complexo. O objeto será menos complexo e se enquadrará em um modelo em que possa ser pesquisado. Deste modo, se estabelece um processo de simplificação quando passamos de fenômeno ao objeto de pesquisa. Entretanto, quando ocorre um processo de simplificação não apenas se reduz um conteúdo, mas se reorganiza e destaca detalhes, dando um novo molde ao conteúdo. Essa remodelação terá o objetivo de tornar o objeto de pesquisa compreensível pela teoria, para a finalidade da pesquisa. Em relação à finalidade da pesquisa, se estabelece outro exemplo de simplificação, uma vez que ocorre delimitação de dimensões e aspectos do fenômeno que parecem justificá-la.

No livro “A construção do objeto de pesquisa em representações sociais”, Sá (1998) apresenta algumas recomendações ao pesquisador iniciante, de modo, a contribuir para diminuição de erros comumente praticados por estes. Segundo o autor, é indicado não realizar a pesquisa com a abrangência comumente pretendida, de modo a viabilizá-la obtendo eficiência na abordagem de aspectos delimitados do fenômeno escolhido. Portanto, representar um objeto, para Moscovici (2010), é, ao mesmo tempo, conferir-lhe o status de um signo, é conhecê-lo, tornando-o significante, ou seja, tornar familiar o não

familiar. Há duas formas de conhecimento que podem explicar os conceitos de familiar e não familiar, sendo estes o de Universo Reificado e o de Universo Consensual.

De acordo com Moscovici, os Universos Reificados são mundos restritos, onde circulam as ciências, a objetividade ou as teorizações abstratas, desse modo “Em um universo reificado a sociedade é vista como um sistema de diferentes papéis e classes, cujos membros são desiguais” (MOSCOVICI, 2010). Já os Universos Consensuais são as teorias do senso comum, onde se encontram as práticas do dia a dia e a produção de Representações Sociais. No Universo Consensual a sociedade é vista como um grupo de pessoas que são iguais, cada uma com possibilidades de falar em nome do grupo. Este, de acordo com Moscovici (2010), estimula e dá forma à nossa consciência coletiva, explicando coisas e eventos de tal forma que sejam acessíveis a cada um do Universo Reificado das ciências e deve ser transferido ao universo consensual do dia a dia para, assim, ser representado.

Uma dificuldade de se encontrar o objeto para uma representação social pode se dar pela não expressão dos fenômenos de modo perceptível e por sua não aceitação. Com isso, pode-se ter uma fala isolada e fora do contexto acerca do assunto abordado. Ao analisar o discurso, pode haver indícios de representações sociais, bem como de apenas estímulos produzidos àquela evocação. Assim sendo, a escolha do tema para estudo não deve se basear em suposições acerca de um fenômeno que envolvam os objetos de uma representação. Ao contrário, deve-se ter alguma convicção de que o fenômeno exista enquanto objeto a ser representado para um sujeito. Sendo assim, não se correrá o risco de obter como resultado uma pseudo-representação do grupo pesquisado. Para não cometer este equívoco, o pesquisador poderá se perguntar sobre a realidade daquele grupo e se questionar se esta parece envolver o objeto a ser estudado. Se houver alguma familiaridade entre o cotidiano do grupo e o referencial teórico acerca da leitura do objeto, o processo de identificação das representações sociais se dará mais facilmente. De qualquer modo, o problema a ser levantado na pesquisa também precisa ser colocado para o grupo social a fim de verificar sua plausibilidade (SÁ, 1998).

A proposição teórica aponta que as representações sociais são sempre de alguém (sujeito ou grupos) e de alguma coisa (objeto). Portanto, se faz necessário ao falar de representações sociais especificar os sujeitos ou grupos que mantêm a representação. Em outras palavras, levar em consideração o sujeito e o objeto da representação que se quer estudar. Esse processo pode ser ordenado em três passos fundamentais:

- Como enunciar o objeto de pesquisa sem contaminá-lo por objetos próximos a ele;
- Decidir quais sujeitos ou populações selecionar;
- Definir o quanto de contexto sócio cultural e de qual natureza será levado em conta para esclarecer a formação e manutenção da representação.

Outros critérios, mais gerais condicionantes à qualidade que devem ser levados em conta na definição do objeto de pesquisa são: limitações de ordem intelectual (maturidade do pesquisador), tempo viável para execução, possibilidade de obtenção de amostra significativa e logística da pesquisa.

Um objeto de pesquisa em representações sociais precisa necessariamente de algumas características. Nem toda atividade representacional é uma representação social, para isso é necessário que o objeto da representação tenha uma inserção no contexto do sujeito ou grupo específico que será considerado. Caso essa inserção não exista, muito provavelmente o objeto não produzirá uma representação social (estruturada), mas imagens e opiniões desconexas. Para que fique caracterizado uma representação social é necessário que exista relevância cultural e espessura social.

Moscovici (1984 apud SÁ, 1998) já enfatizava essa ligação entre objeto e representação e da necessidade de se levar em conta o contexto social, para não gerar pseudo-representações sociais. Do mesmo modo, questiona quem são os sujeitos de um grupo a serem estudados. Para o autor, seria a reunião de sujeitos sobre a mesma classificação, que dividem assim uma interação social ou o partilhamento de objetivos em comum e, por isso, fontes de informação semelhantes (SÁ, 1998).

As representações sociais, a partir de Moscovici (1984 apud SÁ, 1998), podem ser compreendidas como fenômenos do cotidiano e das sociedades modernas que produzem um conhecimento de senso comum dinâmico para apreender os fenômenos sociais. Diferente da concepção de Durkheim (1898 apud SÁ, 1998) que criou o conceito de representações coletivas para explicar um conhecimento menos dinâmico das sociedades mais antigas.

2.3- Desenvolvimento da abordagem estrutural

Segundo Moscovici (2010), existem dois processos formadores das Representações Sociais, sendo estes o processo de ancoragem e o processo de objetivação. Estes dois métodos servem para familiarizar o desconhecido, ou seja, tornando o não familiar em familiar.

Neste contexto, ancorar significa classificar e rotular, pois implica, muitas vezes, em atribuir um juízo de valor, pois, ao ancorarmos, classificamos pessoas, ideias e objetos, situando-os dentro de uma categoria, procurando, assim, um lugar para encaixar o não familiar. Necessário citar o clássico exemplo de Oliveira e Werba (2001) quando citam como processo de ancoragem o problema da Aids que, quando surgiu, diante da dificuldade de entendê-la e classificá-la, a doença foi ancorada “pelo senso comum” como uma “peste vinculada a homossexuais”, ou seja, a “peste gay”, a qual só ocorreria dentre estes indivíduos, assim se deu o encaixe social, tornando o não familiar em familiar, em razão da ameaça que a Aids trazia.

Em primeira análise pode-se dizer que este conceito se refere à assimilação de um objeto novo por objetos já presentes no sistema cognitivo (Spink, 1993; Vala, 1993; Moscovici, 2012). A ancoragem tem como principal função: tornar o não familiar em familiar. Quando pensamos em um novo objeto temos a necessidade de entendê-lo, organizá-lo mentalmente e fazemos isso ancorando a nova informação a outros saberes que já são de nosso domínio. Todos os esquemas que já existem na nossa mente estão disponíveis para que sejam utilizados como facilitadores do ato de conhecer aquilo que ainda não é familiar. Assim, o processo de ancoragem pode ser considerado precedente a objetivação. Porém, a nova informação ancorada pode também provocar reações nos esquemas e conceitos já estabelecidos no sistema cognitivo apresentando sua outra funcionalidade que é a de instrumento de eficácia social. Logo, observa-se uma via de mão dupla, ao mesmo tempo em que é um processo de redução do novo ao velho, também atua na reelaboração do velho tornando-o novo (Vala, 1993).

Para Doise (1992) existem três principais tipos de ancoragem: as ancoragens psicológicas, as sociológicas e as psicossociológicas. A ancoragem psicológica refere-se à construção da representação a partir da análise individual. Nela, processos intrapessoais básicos estarão influenciando a formação da representação. Dentre eles destaca-se o sistema de autodefesa que visa uma menor exposição ao julgo social negativo, garantindo a preservação no grupo; a ideologia; e os valores morais de cada indivíduo.

A ancoragem sociológica refere-se à influência do grupo de pertença do indivíduo na formação da representação sobre um dado objeto. Neste caso a hipótese é que experiências comuns aos membros de um mesmo grupo, decorrentes de uma mesma inserção no campo das relações sociais, tentem a produzir representações semelhantes (Vala, 1993).

A ancoragem psicossociológica remete ao modo como os indivíduos se situam simbolicamente perante as relações sociais e às divisões posicionais e categorias de determinado campo social. Em uma análise deste tipo de ancoragem, considera-se a relação entre as identidades sociais e as representações sociais. De acordo com essa perspectiva é necessário ao estudo da ancoragem considerar as lógicas individuais, sociológicas e psicossociológicas que regulam este processo.

Em relação à comunicação é necessário considerar que ela é possível tanto na interação entre indivíduos (face a face), quanto através das mídias. Neste segundo caso, fica caracterizada a comunicação mediada. A comunicação social para Moscovici (2012) desempenha um papel crucial nas trocas e interações entre os indivíduos, e influencia a assimilação de representações sociais.

A análise dos efeitos dos contextos de comunicação em que uma representação é produzida é uma possibilidade de também se estudar ancoragens. Uma informação sobre um objeto que represente um tabu social tenderá a ser divulgado de modo diferenciado mesmo em veículos midiáticos semelhantes, variando de acordo com o contexto que estiver inserido. Por exemplo, sobre o tema aborto, um jornal científico, um jornal popular e um jornal cristão com toda certeza não apresentaram um discurso que se assemelhe. Sobre esta questão, Moscovici (2012) estruturou a diferença entre os sistemas de comunicação. Para o autor, estes sistemas se dividem em propagação, difusão e propaganda.

A propagação é uma modalidade de comunicação que dissemina mensagens produzidas por membros de um grupo aos seus pares. De modo integrar uma informação nova ou problema novo nos sistemas de valores do coletivo, influenciando os indivíduos à construção de ideias mais compatíveis com os valores do grupo de pertença.

A difusão se dirige a um público variado. Por isso as mensagens deste tipo de sistema tendem a ser indiferenciadas por ignorarem as diferenciações sociais. Na difusão poderão existir ideias contraditórias sobre o mesmo objeto e uma abertura a divergência.

A propaganda buscará evocar representações sobre um dado objeto a partir da acentuação de sua posição oposta à outra representação. Haverá essa característica de conflito, separação, contribuindo para a identidade grupal, e simultaneamente, construindo uma imagem negativa do outro grupo, ou da representação oposta.

A partir da criação do conceito de representação social e do desenvolvimento posterior da teoria, diversos temas têm interessado pesquisadores da Psicologia Social, da Sociologia e Antropologia. Dentre as diferentes investigações, encontram-se estudos

sobre os problemas que afetam a vida social, ou o indivíduo; como por exemplo: a saúde e a doença, doença mental, a violência, a inteligência, o trabalho, os conflitos sociais dentre outros; Estudos sobre as concepções da ciência no senso comum e dos próprios cientistas; bem como o estudo sobre teorias específicas como a psicanalítica e a teoria do desenvolvimento e estudos sobre os grupos ou categorias sociais como: crianças, idosos, profissionais e gênero. No objetivo de melhor delimitar esta breve apresentação do que se investiga com a teoria das representações sociais, Sá (1998) destaca os problemas e os fenômenos que mais interessam aos pesquisadores, ou que pelo menos apresentam mais consistência, são eles: ciência, saúde, educação, desenvolvimento, trabalho, comunidade e exclusão social.

Outra característica presente é a pluralidade metodológica com que os estudos são produzidos, fato que em partes resulta em críticas à teoria. Enquanto alguns indivíduos criticam esta face desformada que compõem as investigações em representação social, outros a abraçam exatamente pelo mesmo motivo.

O segundo processo de formação das representações acontece com a objetivação, ou seja, uma transformação do abstrato em algo “quase físico”, traduzindo algo que existe no pensamento em algo que existe na natureza. Segundo Moscovici (1981, p. 64), “objetivar significa descobrir o aspecto icônico de uma ideia ou ser mal definido, isto é, fazer equivaler o conceito com a imagem”.

A construção seletiva refere-se a um primeiro momento em que em contato com um conceito abstrato de algum objeto, crenças e ideias sobre este, são produzidas pelo indivíduo no objetivo de torná-lo inteligível e útil. Deste modo, o conhecimento sobre o objeto se torna concreto, natural, tornando o conceito abstrato quase palpável. Allport e Postman (1947) em seus estudos sobre rumores constataram que os elementos da mensagem sofrem redução. Aqui se considera como rumor uma notícia nova que se propaga rapidamente. Perante essa nova notícia sobre um determinado objeto social, indivíduos tendem a torná-la breve, aparentemente precisa e de fácil comunicação. Contudo, esta redução é acompanhada de uma acentuação. Alguns elementos são esquecidos e outros são acentuados, ou acrescentados, tornando-os nucleares na propagação da mensagem. Assim a nova mensagem não é apenas um objeto de simplificação, mas de uma nova estrutura capaz de explicar e avaliar (Vala, 1993).

A esquematização de modo resumido é um processo individual de criação de ícones de rápido acesso mental, produção de figuras representacionais de um conceito, que visa organizar e materializar o conteúdo. Estruturando as noções básicas de um

conceito é possível reproduzi-lo em uma imagem. Moscovici (2012) utiliza os termos esquema ou nó figurativo para preferir-se ao produto deste processo.

A naturalização é o processo pelo qual os conceitos retidos nos esquemas que construímos passam a um estado de naturalidade em nossa mente. O abstrato passa a ser concreto através da sua expressão em imagens e metáforas e o que era percepção se torna realidade. Se tomarmos como exemplo a psicanálise, podemos dizer que o inconsciente já não é considerado como uma ideia, mas como uma entidade de existência inquestionável (Vala, 1993). Em outras palavras, pode-se dizer que a objetivação é o processo pela qual o subjetivo passa a ser real. Neste processo de tornar o que é percebido em algo instrumental e comunicável, existe não somente o processo de redução, mas também o destacamento de alguns elementos de um objeto ou conceito, de acordo com os esquemas mentais do indivíduo que se encontra constantemente sob influência do meio social. Logo, a representação não é uma mera reprodução de algo, mas a sua reconstrução simbólica que ao final do processo torna-se concreto para o indivíduo ou para grupo.

Desta forma, procura-se, por meio da objetivação tornar concreta e visível uma realidade, aliando o conceito com a possível imagem, ou seja, a objetivação é a imagem que acompanha a ancoragem, que é conceito.

Para Jean-Claude Abric, é outro processo que forma as representações sociais. O autor propõe a abordagem estrutural das representações sociais (RS), argumentando que toda RS está organizada em torno de um “núcleo central”, que seria o elemento principal responsável pela organização e significação (Abric, 2001).

Na abordagem estrutural, Abric (1994) descreve os elementos do núcleo central sendo compostos pela história do grupo e por seus valores e normas, que condicionam a realidade social passada por gerações pela memória coletiva, definindo assim sua homogeneidade. Desse modo, trata-se do princípio organizador dos elementos da representação, que lhes dá sentido para a tomada de posições. O núcleo central tende à continuidade das representações sociais, pois é resistente à mudança: por vezes, muda-se mais facilmente o objeto das representações do que ela mesma.

Já o sistema periférico é mais flexível, pois absorve novas informações e coloca em questão o núcleo central, atualizando-o. Assim, regula, adapta e protege o sistema central, promovendo uma interface com a realidade e integrando experiências e histórias individuais. (ABRIC, 1994).

Segundo Sá (1996), essa apropriação do conhecimento pode ser dada por meio da ancoragem, na qual há a integração cognitiva do objeto representado a um sistema de

pensamento social já existente. É a partir da objetivação que se reproduz um conceito relacionado a uma imagem. Esta é, assim, constitutiva do pensamento social, permitindo compreender a realidade dos indivíduos e grupos. A imagem de uma criança refugiada na mídia, por economia cognitiva no âmbito da representação do mundo, pode gerar, por exemplo, uma interpretação de um ser puro e ingênuo, associando-a a imagens de anjos e essa realidade poderá orientar o comportamento de um grupo social. Do mesmo modo, o fato de uma representação estar explicitamente presente não significa que todos os sujeitos a compartilharão, pois poderá haver distinção de interpretações a partir das desigualdades sociais (MOSCOVICI, 1998).

Por conseguinte, as pesquisas em representações sociais se ocupam de investigar o pensamento socialmente compartilhado e os possíveis comportamentos oriundos desse pensamento, a fim de gerar, em última análise, uma possível mudança. As representações sociais circulam entre a cultura, a linguagem e a sociedade. A partir dela, os valores, a comunicação, o processo histórico e a interação social se difundem nas relações. Ratifica-se que não há representação social de todos os objetos, ou seja, somente existem para o que tem relevância social para um grupo. Ao final de uma investigação, o pesquisador poderá perceber que não há representação social do objeto estudado (o que será um dado a ser analisado criticamente) ou ainda extrair uma representação que não corresponde à realidade do grupo estudado (SÁ, 1998).

Então, a teoria do núcleo central se apresenta como uma construção teórica que articula e completa a teoria original das representações sociais, promovendo a complementaridade interna da estrutura das representações. Sá (2002) explica que essa complementaridade de papéis é exercida por dois sistemas: 1- Um sistema central, consensual, coerente, estável, determinado por condições históricas, sociológicas e ideológicas, que define a homogeneidade do grupo enquanto resiste às mudanças no curto prazo, e que possui a função de gerar a significação da representação e definir sua organização; 2- Um sistema periférico, flexível, que permite a integração das experiências e histórias individuais, suporta contradições e a heterogeneidade do grupo, é flexível, evolutivo, sensível às mudanças imediatas no contexto e tem como função a adaptação do sistema central à realidade concreta.

Embora, exista atualmente um crescimento das produções científicas neste campo, as representações sociais só ganharam relevância no pensamento contemporâneo após vinte anos da criação da teoria (Rodrigues, 2014). A proposta inicial de Moscovici, conhecida também como “grande teoria” ao longo dos anos foi desdobrada, ampliada e

fomentada por outros grandes pesquisadores que se dedicaram às representações sociais fazendo surgir outras abordagens. Pode-se dizer também que são correntes teóricas que complementam a grande teoria. Pryjma (2011) afirma que é possível se constatar três abordagens consistentes da teoria original. São elas: a abordagem cultural, a societal e a estrutural. Elas divergem naquilo que enfatizam da teoria de Moscovici, em busca de adequação com o objeto de estudo de cada pesquisa.

A abordagem cultural segue os princípios das proposições de Moscovici, enfatizando o histórico e o cultural para compreender o simbólico. O nome representativo desta abordagem é Denise Jodelet. Nesta abordagem a ênfase gira em torno dos processos geradores das representações sociais e de uma perspectiva mais antropológica em relação ao objeto. Busca-se a compreensão das representações sociais em seu contexto de produção, pelo estudo das funções ideológicas e simbólicas que estas desempenham. Os trabalhos desta autora possuem grande êxito na captação dos discursos individuais e grupais que mantêm as representações sobre um determinado objeto, e na apreensão e análise de comportamentos e práticas sociais institucionalizadas.

A abordagem societal articula as representações sociais com a perspectiva sociológica, enfatizando a inserção social dos indivíduos que é fonte de variação das representações sociais. O criador dessa abordagem é Willian Doise. Os estudos nesta abordagem focam nos processos que se dão a partir da interação social analisando como os indivíduos organizam suas experiências com o meio ambiente, seus sistemas de representação e de crenças; e as avaliações e normas sociais (Almeida, 2009).

A abordagem estrutural desenvolvida por Jean Claude Abric privilegia a dimensão cognitiva das representações. Uma representação funciona como um sistema de interpretação da realidade e determina o comportamento e as práticas dos sujeitos. A esta abordagem será dedicado maior aprofundamento, pois é a partir dela que o estudo foi desenvolvido.

Abric (1998) justifica que a abordagem estrutural das representações sociais é:

[...] importante para a análise de várias questões importantes relativas às ciências sociais: a compreensão e a evolução das mentalidades, a ação sobre as atitudes, opiniões, a influência social (seja ela minoritária ou majoritária) e, enfim, a organização interna e as regras de transformação social (p.37).

Em 1976, Abric propôs em sua tese que “A organização de uma representação apresenta uma característica específica, a de ser organizada em torno de um núcleo central, constituindo-se em um ou mais elementos que formam a representação” (Abric, 1976 apud Abric, 1998, p. 31). Para o autor, o núcleo central é ligado à memória coletiva e a história do grupo, é estável e coerente, resistente a mudanças, definidor do consenso e da homogeneidade, apresentando pouca sensibilidade pelo contexto imediato. Deste modo, confere significação, consistência e permanência a representação. Está associado aos valores e normas e tem origem no contexto global, em seus aspectos históricos, sociais e nas ideologias.

O conjunto periférico é flexível, ele permite a integração das experiências e individualidades, suporta a heterogeneidade e as contradições estando mais sensível ao contexto imediato. Apresenta as funções de defesa, ao servir de para-choque para os elementos do núcleo central; de regulação, ao equilibrar as informações novas que chegam e as transformações do centro e da periferia, representando um papel fundamental de adaptação da representação à evolução do contexto. No Brasil, esta abordagem é bastante utilizada para investigação de uma grande variedade de fenômenos.

Existe um elemento importante nas representações sociais que é o aspecto afetivo. Alguns autores que utilizam a abordagem estrutural consideram que esta dimensão é capaz de influenciar, organizar ou determinar cognições ou comportamentos avaliativos. Pelo que parece, a dimensão afetiva é ativada desde o momento que o indivíduo faz algum tipo de avaliação do objeto, ou de um de seus aspectos disparando um raciocínio do tipo “isto eu gosto”, ou isto “eu não gosto”. Embora não existam muitos estudos que considerem a afetividade nas representações, é ingênuo não considerar a influência desse aspecto.

Alguns estudos como o de Giraud-Herault, (1998) e Campos & Rouquette, (2000) já reconhecem o papel da afetividade e das emoções no funcionamento das representações sociais. São esses autores que também introduzem a noção de *nexus*. *Nexus* é uma modalidade de conhecimento coletivo, composto de um núcleo afetivo pré-lógico, compartilhado por um grande número de indivíduos da sociedade. É considerado um núcleo afetivo porque está ligado a atitudes emotivas e tem grande poder de desencadear a mobilização das massas, e pré-lógico porque não passa pela via da consciência (Wolter & Rouquette, 2006). São termos salientes que produzem mobilização em uma determinada época ou período de tempo. Como por exemplo, as palavras “igualdade” e

“liberdade” em períodos históricos de grande repressão, “esquerda” ou “direita” em períodos decisivos de embates políticos.

À medida que a sociedade se desenvolve ocorrem transformações na realidade tornando necessária uma adaptação das representações sociais ao novo contexto. A teoria das representações sociais apresenta um enorme potencial diagnóstico de fenômenos de significação, possibilitando a elucidação de representações partilhadas por grupos sobre determinados objetos.

Após confirmada às possibilidades da teoria optou-se por investigar o fenômeno contemporâneo em que se observa uma grande preocupação de parte da população com o corpo e a saúde, sob influência do saber científico e por massificação midiática. A partir da abordagem estrutural o presente estudo se propôs a investigar as representações sociais de corpo saudável partilhadas por frequentadores de academias de ginástica e musculação, e de forma secundária identificar as conseqüentes práticas que decorrem dessas representações.

CAPITULO III

3.1- Objetivo da pesquisa

Pela natureza da pesquisa, buscou-se obter por meio da coleta e análise de dados, as representações sociais associadas as *Fake News*. Especificamente procurou-se identificar os termos lexicográficos que se vinculam ao núcleo central, bem como, e não menos importantes, os termos periféricos associados.

3.2- Método utilizado

Primeiramente foram consultadas as bases acadêmicas sobre o tema e seus desdobramentos, isto porque o referido trabalho se traduz numa pesquisa de caráter exploratório/descritivo de conteúdo contemporâneo, tendo em vista que objetiva alcançar a dinâmica dos universos consensual e reificado do objeto pesquisado, as representações sociais vinculadas as *Fake News*, outrossim, buscou-se a partir do estudo detalhado e do levantamento de dados por meio de questionário eletrônico da ferramenta Google Forms® e posterior processamento no software IRAMUTEQ®, alcançar, com base na perspectiva estrutural das representações sociais, os objetivos ora levantados.

3.3- Participantes

Participaram deste estudo 100 (cem) indivíduos, brasileiros, com idade entre 18 e 80 anos de idade, usuários de redes sociais, de diversos níveis de escolaridade, religião indiferente, condição financeira indiferente. Foi empregado um questionário de evocação livre contendo a seguinte instrução: Escreva as cinco primeiras palavras ou expressões que lhe vem à cabeça ao pensar em "Fake News". A seguir uma questão solicitava ao participante que classificasse as respostas desta forma: “Considerando a questão anterior, é possível pensar em "Fake News" sem pensar na primeira palavra informada? Essa questão consistia numa avaliação sobre a auto avaliação das palavras apontadas em relação ao termo indutor. Portanto, uma resposta negativa implica diretamente em uma indicação de que a resposta faz referência a um elemento essencial da representação.

O *link* para o preenchimento do formulário online foi disponibilizado pelo Twitter, Facebook e Instagram, tendo as respostas salvas automaticamente em “nuvem” por meio da ferramenta gratuita Google Drive®, gerando em tempo real uma planilha em formato Excel.

3.4- Características sociodemográficas dos participantes

Em relação aos dados sociodemográficos, buscou-se levantar as informações acerca do perfil dos participantes da pesquisa, questionando-lhes: a idade, o sexo, o estado civil a escolaridade e a crença na credibilidade das informações recebidas pelos meios tradicionais de comunicação e as redes sociais. Dessas informações foram criados gráficos na própria planilha em Excel gerada pelo Google Drive®.

3.4.1- Gráfico de idade dos participantes



Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2022)

Na comparação da faixa etária foi encontrada um acentuado percentual de participantes com idades na faixa dos quarenta anos. Isso pode classificá-los em um grupo de indivíduos de meia idade, período em que o ser humano demonstra maior capacidade sócio profissional, FERREIRA (2008).

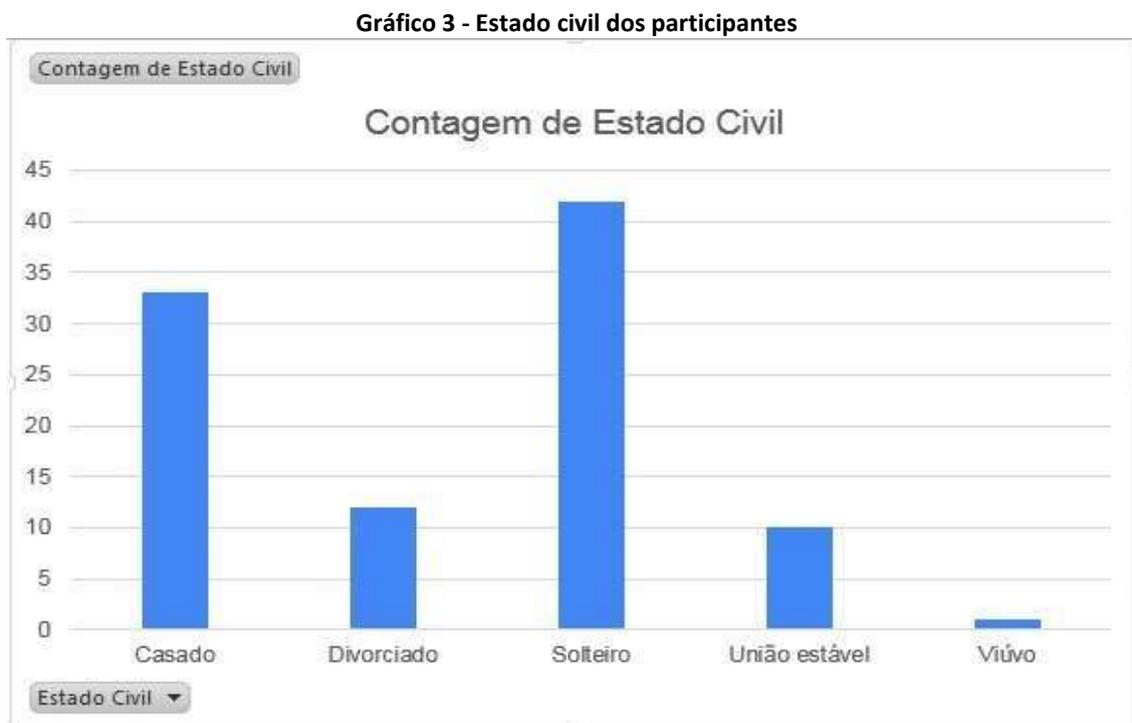
3.4.2- Gráfico de sexo dos participantes



Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2022)

O gênero também é uma variável relevante, principalmente sob a ótica da influência social o gênero pode ser considerado um aspecto de autoridade, como nas famílias patriarcais ou nas igrejas por exemplo. Da representação do gráfico podemos concluir que o perfil aqui analisado está, na maior parte, concentrado no universo masculino, sendo afetado pela dimensão de reconhecimento desse universo.

3.4.3- Gráfico do estado civil dos participantes



Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2022)

Já o resultado da pesquisa sociodemográfica em relação ao estado civil dos participantes ficou equilibrada, com percentual de solteiros a maior, no entanto, não percebemos uma justificativa ou afetação que essa concentração possa trazer nos resultados obtidos pela aplicação do questionário.

3.4.4- Gráfico da escolaridade dos participantes



Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2022)

No gráfico de escolaridade dos participantes da pesquisa vê-se que a maior parte dos participantes indicaram possuir pós-graduação completa, ou seja, as respostas desse questionário são fruto de parte do sistema social mais bem escolarizado, que alcançaram a especialização dentro de suas formações acadêmicas. É preciso destacar aqui que o questionário foi encaminhado por redes sociais e hipoteticamente replicado por pesquisadores, sendo notório que esse grupo tende a responder mais pesquisas por causa do reconhecimento da dificuldade em obter dados. Podemos supor que houve uma afetação das categorias mais qualificadas no resultado que estão diretamente relacionadas a este recorte de escolaridade.

3.4.5- Gráfico da crença na credibilidade das informações das mídias tradicionais

Gráfico 5 - Crença na credibilidade das informações das mídias tradicionais

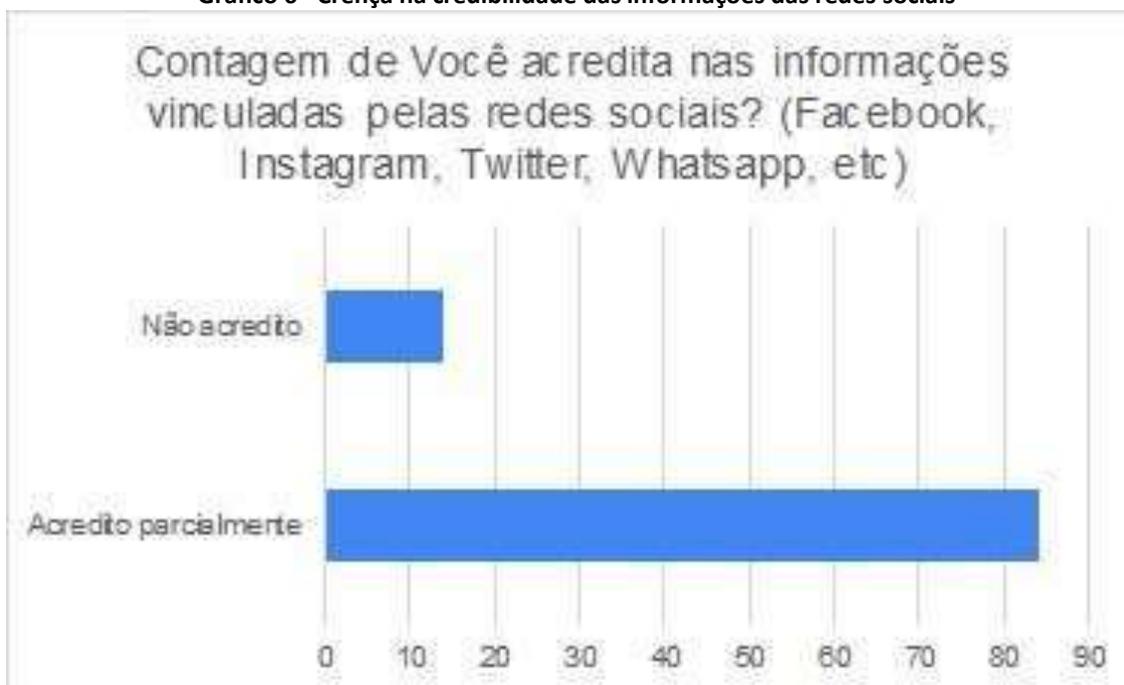


Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2022)

Nas questões que abordam a credibilidade das informações o resultado foi intrigante. O gráfico indica uma plausível desconfiança dos participantes nas informações veiculadas pelas mídias tradicionais de comunicação como: telejornais, revistas e jornais impressos. Neste ponto podemos vislumbrar a possível ocorrência de uma noção social do simbolismo das Fake News, não apenas simplesmente como conteúdo enganoso e falso, mas sim como instrumento de manipulação das massas.

3.4.6- Gráfico da crença na credibilidade das informações das redes sociais

Gráfico 6 - Crença na credibilidade das informações das redes sociais



Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2022)

Por sua vez, o gráfico da crença na credibilidade das informações das redes sociais indica um provável reconhecimento de que as informações provenientes das redes sociais precisam ser pré-avaliadas, avaliadas e reavaliadas, ou seja, existe um descrédito na comunicação por esta via. Novamente destaca-se que o grupo que gerou esse conjunto de respostas, em sua maioria, são pessoas escolarizadas que indicaram possuir pós-graduação completa em suas áreas de graduação, ou seja, um recorte bem definido do campo representacional definido por pessoas que utilizam as redes sociais com prudência e atenção.

3.5- Instrumento de coleta de dados

A coleta de dados pode ser considerada um dos momentos mais importantes da realização de uma pesquisa, pois é durante nesta fase que o pesquisador obtém as informações necessárias para o desenvolvimento do seu estudo. Atualmente existem diversos métodos para a elaboração de pesquisas, muitos desses estão disponíveis a partir de plataformas digitais e online, como é o exemplo da ferramenta Google Forms®.

Essa referida plataforma dispõe de instrumentos para a criação de formulários personalizados de forma simples, além de auxiliar no desenvolvimento do formulário a

ferramenta digital disponibiliza a apresentação dos dados em tabela, bem como os dispõe em gráficos.

A grande vantagem da utilização do Google Forms® para a pesquisa, seja ela acadêmica ou de opinião é a praticidade no processo de coleta das informações. O autor pode enviar para os respondentes via e-mail, ou através de um link, assim todos poderão responder de qualquer lugar (Mota, 2019).

Assim sendo, pretende-se realizar a coleta de dados por meio de questionário eletrônico com questões que provoquem a associação livre de palavras com o termo indutor *Fake News*. Almeja-se compartilhar o link por e-mail e pelas redes sociais, solicitando o preenchimento franco e coerente do questionário, acredita-se que desta forma a abrangência da aplicação terá grande alcance e elevado quantitativo de participantes.

3.6- Instrumento de análise de dados

Inicialmente, realizou-se a limpeza dos dados obtidos, eliminando-se as respostas erradas em relação as perguntas controle, as respostas insuficientes e/ou incompletas a fim de eliminar possíveis respostas falsas e/ou irregulares. Em seguida, na busca de evidências das evocações relacionadas a *Fake News* foi utilizado o software livre IRAMUTEQ®. Esse programa possui recursos digitais aptos a realizar a análise prototípica na perspectiva estrutural da teoria das representações sociais, esta técnica está ligada a teoria do núcleo central e analisa as evocações com base na saliência dos elementos indicados no questionário, elencando automaticamente a ordem por meio da frequência da evocação e classificando as mais palavras mais relevantes aptas a designar o objeto de estudo, ou seja, a representação social das *Fake News*.

O software IRAMUTEQ® permitiu trabalhar com matrizes que envolvem variáveis categoriais e listas de palavras, tais quais aquelas utilizadas para analisar Técnica de Associação Livre de Palavras (TALP). Nesse caso o software viabiliza a contagem de frequência, análise prototípica e análise de similitude, para isso, trabalha-se com um banco de dados montado a partir de um arquivo do Open Office Calc. Por fim, serão montados os gráficos correlatos ao nível de percepção das evocações relacionadas.

3.7- Aspectos éticos da pesquisa

Vale enfatizar que os participantes assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), sendo fornecido contato de e-mail e telefone para quem desejar ter acesso à pesquisa posteriormente. A pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa do Hospital Geral de Nova Iguaçu (CEP HGNI) por meio da Plataforma Brasil que, em sua Reunião ordinária, datada de 11.05.2021, de acordo com as atribuições definidas na Resolução CNS 466/12, manifestou-se pela aprovação do projeto de pesquisa supracitado, conforme parecer nº 4.720.445.

CAPITULO IV

4.1- Resultados e discussão

No que se refere aos resultados da pesquisa, 100 indivíduos de diversos Estados do Brasil responderam ao formulário no Google Forms® contendo questões abertas e fechadas. Inicialmente o que se pretendia era uma amostra de 100 sujeitos, porém no decorrer da pesquisa muitos indivíduos quiseram participar e isso gerou uma planilha muito extensa, o que nos forçou a delimitar a análise nos 100 primeiros participantes que responderam a todas as questões, excluídos os relatórios incompletos ou insuficientes, de modo que fosse viável e fidedigno trabalhar com os dados alcançados, o que permite uma análise mais autêntica. Para que facilite a compreensão e discussão dos resultados as perguntas estão distribuídas de modo sequencial e agrupada por temas ao longo do texto e posteriormente sua análise.

4.2- Análise do Questionário

O questionário se dispôs em perguntas abertas/ fechadas e por fim, a tarefa de evocação livre. Nesta técnica pede-se também aos participantes para indicar a possibilidade de pensar no termo *Fake News* sem lembrar da primeira palavra evocada. A ideia aqui é, para além de estabelecer a frequência de palavras evocadas, localizarmos a própria relevância subjetiva da palavra, representando assim o universo mais significativo da objetivação da representação social.

Notamos que, as pesquisas de dados baseadas em métodos interrogativos têm a fragilidade de, por vezes, não conseguir distinguir o que é específico da linguagem do que pertence ao universo da representação social. Isso porque, a própria trama associativa ultrapassa a linha tênue entre o objetivo e substancial do imaginativo, na medida que a pauta abordada figura de forma muito latente nos meios de comunicação e por isso é relevante identificar o processo de categorização dos indivíduos, pois essa subjetividade não está inerte, não está fixa, ela se renova na experiência, quase que diária, de “toledas” de informações por todos os meios de comunicação.

4.3- Tabelas de análises

4.3.1- Apresentação da Análise prototípica

Como já explanado, os dados obtidos através das questões abertas de evocação livre foram analisados pelo software IRAMUTEQ®, que acessa os elementos textuais semânticos por ocorrência, frequência e relevância de ordem de apresentação dos dados qualitativos. As etapas se baseiam em pró-análise, exploração do material, tratamento de resultados e interpretação de dados. O objetivo foi identificar a estrutura das representações sociais acerca do termo indutor Fake News, caracterizando este método por condicionar os participantes a evocarem palavras significativas após determinada orientação.

Tabela 1 – Análise prototípica acerca do termo indutor *Fake News*

<= 2,69 Rangos > 2,69

Zone du noyau	Première périphérie
<p>mentira-38-1.7 Bolsonaro-26-1.7 manipulação-16-2 desinformação-13-2.6 whatsapp-10-2.6 desonestidade-5-2.6</p>	<p>política-8-2.9 eleições-6-2.7 enganação-6-3.2 fraude-6-2.7 ódio-5-3.2 corrupção-5-3.6 desrespeito-5-3 comunismo-5-4.2</p>
Elements contrastés	Seconde périphérie
<p>Trump-4-2.5 maldade-4-2.5 notícias-3-1 farsa-3-2.3 falsa-3-1.3 nojo-2-2.6 PT-2-2 engodo-2-2 indignação-2-1 eleições_2018-2-2 ideologia-2-2.5 governo-2-2 velhos-2-2 manobra-2-1.5</p>	<p>crime-4-4.5 negacionismo-4-3.2 direita-4-4 golpe-4-2.8 carluzo-4-3 vacina-4-3.6 corrupção-3-3 interesses-3-3.3 facebook-3-2.7 bomba-3-3.3 gado-3-3 prejuizo-3-4.3 kit_gay-3-2.7 oportunistas-3-3 ignorância-3-2.7 mamadeira_de_piroteca-3-2.7 prejudicar-3-3 raiva-3-3 bolsonarismo-3-3.3 mal_carácter-3-2.7 gabinete_do_ódio-3-3 responsabilização-3-3.7 desprezo-3-3 alienação-2-3.5 tuites-2-3 falcatruas-2-3 politicagem-2-3.6 hipocrisia-2-3.5 voto_impresso-2-4 bunda-2-4 bolsa-2-4</p>

< 4,4 Frequências >= 4,4

Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2022)

Os quadrantes representam as estruturas da Representação Social do *Fake News*, sendo assim, foi possível identificar os núcleos central e periférico a partir dos critérios de frequência e ordem de evocação das palavras provenientes do Tarefa de Evocações Livres.

No primeiro quadrante superior esquerdo, estão disponibilizadas as palavras que tem alta frequência e que foram mais evocadas indicando provavelmente o núcleo central da representação social do termo *Fake News* na sociedade brasileira. À exemplo, mentira, Bolsonaro, manipulação, desinformação *whatsapp* e desonestidade.

No segundo quadrante superior direito, temos o grupo periférico com palavras em alta frequência, entretanto que não foram prontamente evocadas. Sendo elas: política, eleições, enganação, fraude, ódio, cloroquina, desrespeito e comunismo. Cabe observar aqui que a palavra “política” apesar de ter aparecido no segundo quadrante, tem a força de um núcleo central pela sua frequência e pela sua proximidade com a ordem média.

No terceiro quadrante inferior esquerdo, contém elementos que foram prontamente evocados, mas com baixa frequência, tais quais: Trump⁴ (ex-presidente dos EUA), maldade, notícias, farsa, nojo, PT, engodo, indignação, eleições, ideologia, governo, velhos e manobra.

Vemos que, as palavras destes dois quadrantes (segundo e terceiro) reforçam o núcleo central na medida que se inserem dentro de um conjunto de dados que traduzem um percurso do trabalho cognitivo do participante.

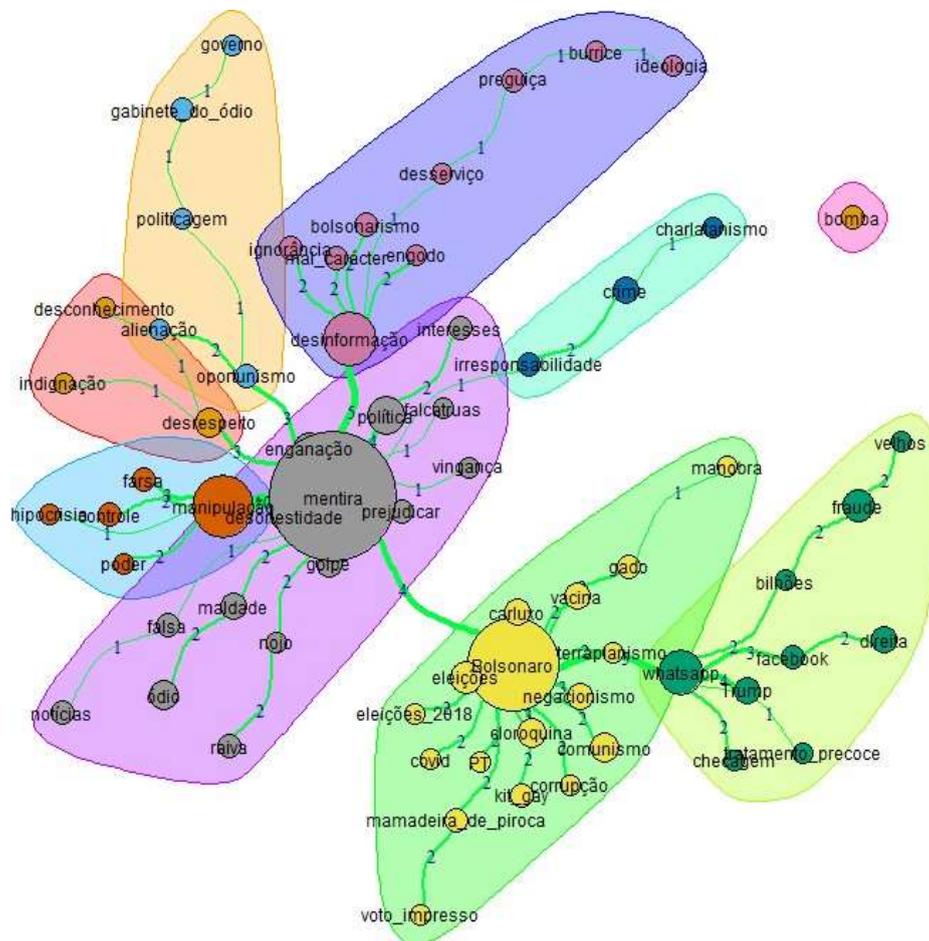
Enfim, no quarto quadrante inferior direito, estão presentes os elementos de menor frequência e maior ordem de evocação. Como se pode observar: crime, negacionismo, direita, golpe, Carluxo⁵, vacina, controle, interesses, facebook, bomba, entre outras palavras.

⁴ Donald John Trump - 45.º Presidente dos Estados Unidos.

⁵ Carlos Nantes Bolsonaro - Carlos é o segundo filho do presidente Jair Bolsonaro.

4.3.2- Apresentação da Análise de similitude

Tabela 2 – Análise de similitude acerca do termo indutor *Fake News*



Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2022)

Na análise de similitude percebemos que o elemento mais central é “mentira”, que agrega diversos outros elementos. Este procedimento consiste numa técnica digital de análise dos dados com o objetivo de explicitar uma organização de relação e agrupamento em conjuntos. Portanto, para os sujeitos pesquisados, mentira e Bolsonaro são as principais características que remetem ao termo *Fake News*.

a partir de uma perspectiva coletiva, sem perder de vista a individualidade e domínio cognitivo.

CAPITULO V

5.1- Considerações finais

Apesar das limitações que este estudo apresentou, como o número reduzido de participantes e a impossibilidade de generalizar tais achados para a população geral, são inegáveis as contribuições ora expostas acerca das representações sociais sobre o fenômeno das *Fake News*. Os resultados encontrados na pesquisa não foram suficientes para afirmar que os termos “mentira e Bolsonaro”, hipoteticamente constituem o núcleo central das representações sociais do termo *Fake News*, em especial por causa do caráter volátil da expressão, sobretudo frente as eleições presidenciais que se avizinham.

Entretanto, as representações sociais relacionadas ao termo indutivo têm direta relação com o que as mídias sociais apresentam em escalonamento multidimensional da interpretação das matrizes listadas no corpus, onde se estabelece uma relação entre as variáveis de ocorrência e frequência do aparecimento dos termos pensados a partir da evocação livre.

Ao mesmo tempo, os estereótipos negativos foram percebidos por meio da imagem midiática do termo *Fake News* (Bolsonaro, mentira, desinformação, etc.) e os preconceitos velados em determinado grupo pelo discurso indicado nas palavras (PT, direita, militância, comunismo, etc.).

Assim sendo, esta pesquisa, por tratar de questões sociais atuais e atravessar temáticas inerentes a cidadania e aos direitos humanos, nos motiva a continuar nas questões sobre o processo de cognição das representações sociais vinculadas ao termo indutivo desta pesquisa.

Por fim, sugere-se o aprofundamento na temática por meio, talvez, de pesquisa contínua, de modo que permita uma comparação orgânica dos resultados para que, além de uma visão simbólica possa-se localizar os termos do núcleo duro e sua função geradora das representações sociais do termo *Fake News*.

5.2- Referências Bibliográficas

- ABRIC, J. C (Org.). Les représentations sociales: aspects théoriques. In: Pratiques sociales et représentations. Paris: PUF, 1994.
- ALLCOTT, H., & GENTZKOW, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- ALVES, G. F. (2019). Reflexões sobre o fenômeno da desinformação: Impactos democráticos e o papel do direito. *Revista dos Estudantes de Direito da Universidade de Brasília*, 16, Article 16. <https://periodicos.unb.br/index.php/redunb/article/view/24410>
- BAUMAN, Z. (1999). *Globalização: As consequências humanas*. Editora Schwarcz - Companhia das Letras.
- BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2001.
- BERGER, P.L.& LUCKMANN, T. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 24ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.
- BORREGO, C. (2017, novembro 2). “Fake News” eleita palavra do ano pelo Collins Dictionary. *O Jornal Económico*. <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/fake-news-eleita-palavra-do-ano-pelo-collins-dictionary-228023>
- BRAGA, R. M. da C. (2018). A indústria das fake news e o discurso de ódio. <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4813>
- CALDAS, C. O. L., Caldas, P. N. L., Caldas, C. O. L., & Caldas, P. N. L. (2019). Estado, democracia e tecnologia: Conflitos políticos e vulnerabilidade no contexto do big-data, das fake news e das shitstorms. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 24(2), 196–220. <https://doi.org/10.1590/1981-5344/3604>
- CAMARGO, M. Agência Brasil, O deputado Jair Bolsonaro discute com a deputada Maria do Rosário durante comissão geral, no plenário da Câmara dos Deputados, que discute a violência contra mulheres. Disponível gratuitamente em

<http://agenciabrasil.etc.com.br/politica/foto/2014-02/congresso-promulga-emenda-constitucional-77?id=78867>, acessado em 30/05/2022.

DARNTON, R. (2017, maio 1). A verdadeira história das notícias falsas. EL PAÍS. https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html

DELMAZO, C., & Valente, J. C. L. (2018). Fake news nas redes sociais online: Propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155–169.

DURKHEIM, É. (1999). *Sociologia* (9o ed). Ática.

EICHLER, V. A., Kalsing, J., & Gruszynskig, A. (2018). O ethos do jornal O Globo e a campanha contra as fake news. *Media & Jornalismo*, 18(32), 139–154.

Fake news devem causar impacto em eleições de 2018 | Especial Focas. ([s.d.]). Especial Focas online | Especial Focas. Recuperado 2 de agosto de 2020, de <http://infograficos.estadao.com.br/focas/politico-em-construcao/materia/fake-news-devem-causar-impacto-em-eleicoes-de-2018>

Fake News: O mal do século XXI?, por “Que Mundo é Esse?” | Philos.TV. (2019, outubro 24). <https://www.youtube.com/watch?v=opSQ6UoXvu0&feature=em-uploademail>

FERREIRA, Maria Elisa de Mattos Pires. A meia idade e a alta modernidade. *Constr. psicopedag.*, São Paulo, v. 16, n. 13, p. 77-91, dez. 2008. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-69542008000100005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 30/05/2021.

FILHO, C. M. Fake news: o buraco é muito mais em baixo. Imprensa da Universidade de Coimbra, https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7_2

FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. 28ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2014.

FRANGANILLO, Jorge. CC BY 2.0 <<https://creativecommons.org/licenses/by/2.0>>, via Wikimedia Commons, Disponível gratuitamente em <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fake_news_-_51120419628.jpg>. Acessado em 30/05/2022.

Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, 38(1), 84–117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>

- GRAGNANI, J. (2018, outubro 5). Um Brasil dividido e movido a notícias falsas: Uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp. BBC News Brasil. <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45666742>
<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/foto/2014-02/congresso-promulga-emenda-constitucional-77?id=78867>, acessado em 30/05/2022.
- DARNTON, R. (2017, maio 1). A verdadeira história das notícias falsas. EL PAÍS. https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html
- DELMAZO, C., & Valente, J. C. L. (2018). Fake news nas redes sociais online: Propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155–169.
- DURKHEIM, É. (1999). *Sociologia* (9o ed). Ática.
- EICHLER, V. A., Kalsing, J., & Gruszynskig, A. (2018). O ethos do jornal O Globo e a campanha contra as fake news. *Media & Jornalismo*, 18(32), 139–154.
- Fake news devem causar impacto em eleições de 2018 | Especial Focas. ([s.d.]). Especial Focas online | Especial Focas. Recuperado 2 de agosto de 2020, de <http://infograficos.estadao.com.br/focas/politico-em-construcao/materia/fake-news-devem-causar-impacto-em-eleicoes-de-2018>
- Fake News: O mal do século XXI?, por “Que Mundo é Esse?” | Philos.TV. (2019, outubro 24). <https://www.youtube.com/watch?v=opSQ6UoXvu0&feature=em-uploademail>
- FILHO, C. M. Fake news: o buraco é muito mais em baixo. *Imprensa da Universidade de Coimbra*, https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7_2
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. 28ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2014.
- FRANGANILLO, Jorge. CC BY 2.0 <<https://creativecommons.org/licenses/by/2.0>>, via Wikimedia Commons, Disponível gratuitamente em <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fake_news_-_51120419628.jpg>. Acessado em 30/05/2022.
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, 38(1), 84–117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>

- GRAGNANI, J. (2018, outubro 5). Um Brasil dividido e movido a notícias falsas: Uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp. BBC News Brasil. <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45666742>
- HALBWACHS, M. A Memória Coletiva. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1990.
- HEUER, W., & Heuer, W. (2019). THE TEMPTATIONS OF LYING. *Universitas Philosophica*, 36(72), 53–70. <https://doi.org/10.11144/javeriana.uph36-72.tdlm>
- Lei nº 13.834, de 04 de junho de 2019. ([s.d.]). Recuperado 2 de agosto de 2020, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13834.htm
- LAZER, D. M. J., BAUM, M. A., BENKLER, Y., BERINSKY, A. J., GREENHILL, K. M., MENCZER, F., METZGER, M. J., NYHAN, B., PENNYCOOK, G., ROTHSCHILD, D., SCHUDSON, M., SLOMAN, S. A., SUNSTEIN, C. R., THORSON, E. A., WATTS, D. J., & ZITTRAIN, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- LIMA, M. E. O. A análise dos estereótipos: Diálogos entre a Teorias das Representações Sociais e os modelos da Cognição Social. *Processos psicossociais de exclusão social*. 1. ed. São Paulo, 2020a. 444p.
- LUKATS, H. [[File:Whatsapp texting.jpg|thumb|Whatsapp texting]], via Wikimedia Commons, disponível gratuitamente em https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Whatsapp_texting.jpg. Acessado em 30/05/2022.
- MAGALLÓN Rosa, R. (2019). Verificado México 2018: Desinformación y fact-checking en campaña electoral. *Revista de Comunicación*, 18(1), 234–258. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>
- MENIN, M.S.S. Representação Social e Estereótipo: a Zona Muda das Representações Sociais. In: *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. v. 22, n.1, p.43-52, jan-abr, 2000.
- MONTEIRO, S. ([s.d.]). ABRIC, Jean Claude org Practicas Sociales y Representaciones. Recuperado 30 de setembro de 2020, de https://www.academia.edu/4035650/ABRIC_Jean_Claude_org_Practicas_Sociales_y_Representaciones

- MORI, L. (2018, outubro 26). “Meu irmão ameaçou me proibir de ver minhas sobrinhas”: A eleição que dividiu famílias. BBC News Brasil. <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45987863>
- HALBWACHS, M. A Memória Coletiva. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1990.
- HEUER, W., & Heuer, W. (2019). THE TEMPTATIONS OF LYING. *Universitas Philosophica*, 36(72), 53–70. <https://doi.org/10.11144/javeriana.uph36-72.tdlm>
- Lei nº 13.834, de 04 de junho de 2019. ([s.d.]). Recuperado 2 de agosto de 2020, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13834.htm
- LAZER, D. M. J., BAUM, M. A., BENKLER, Y., BERINSKY, A. J., GREENHILL, K. M., MENCZER, F., METZGER, M. J., NYHAN, B., PENNYCOOK, G., ROTHSCHILD, D., SCHUDSON, M., SLOMAN, S. A., SUNSTEIN, C. R., THORSON, E. A., WATTS, D. J., & ZITTRAIN, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aa02998>
- LIMA, M. E. O. A análise dos estereótipos: Diálogos entre a Teorias das Representações Sociais e os modelos da Cognição Social. Processos psicossociais de exclusão social. 1. ed. São Paulo, 2020a. 444p.
- LUKATS, H. [[File:Whatsapp texting.jpg|thumb|Whatsapp texting]], via Wikimedia Commons, disponível gratuitamente em https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Whatsapp_texting.jpg. Acessado em 30/05/2022.
- MAGALLÓN Rosa, R. (2019). Verificado México 2018: Desinformación y fact-checking en campaña electoral. *Revista de Comunicación*, 18(1), 234–258. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>
- MENIN, M.S.S. Representação Social e Estereótipo: a Zona Muda das Representações Sociais. In: *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. v. 22, n.1, p.43-52, jan-abr, 2000.
- MONTEIRO, S. ([s.d.]). ABRIC, Jean Claude org Practicas Sociales y Representaciones. Recuperado 30 de setembro de 2020, de https://www.academia.edu/4035650/ABRIC_Jean_Claude_org_Practicas_Sociales_y_Representaciones

- MORI, L. (2018, outubro 26). “Meu irmão ameaçou me proibir de ver minhas sobrinhas”: A eleição que dividiu famílias. BBC News Brasil. <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45987863>
- MOSCOVICI, S. (2010). REPRESENTAÇÕES SOCIAIS, investigações em psicologia social (7o ed). Vozes.
- MOTA, Janine da Silva. Utilização do *Google Forms* na Pesquisa Acadêmica, Revista Humanidades e Inovação, p.373, 2019. Disponível em <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/1106>. Acesso em: 30 maio 2022.
- NAIFF, L. A. M.; SÁ, C. P. & NAIFF, D. G. M. Preciso estudar para ser alguém: memória e representações sociais da educação escolar. Paidéia (Ribeirão Preto), Ribeirão Preto, v.18, n.39, p.125-138, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103863X2008000100012&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 01 jan. 2022.
- NASCIMENTO, A.R.A; NASCIMENTO, I.F.G & ROCHA, M.I.A. Representações sociais, identidade e preconceito: estudos de psicologia social. 1ed. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2019.
- Niederauer, R. C., & Maggi, A. (2022). Os desafios do algoritmo da plataforma para o trabalho do influenciador digital conhecido como youtuber . Revista Eletrônica De Comunicação, Informação & Inovação Em Saúde, 16(4), 820–836. <https://doi.org/10.29397/reciis.v16i4.3379>
- OLIVEIRA. Andre Macedo de, VIEIRA. L. G. S. (2019, dezembro 2). Fake news e a Justiça Eleitoral em tempos líquidos. JOTA Info. <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/fake-news-e-a-justica-eleitoral-em-tempos-liquidos-02122019>
- OREMUS, W. (2017, agosto 8). Have You Noticed Facebook Never Says “Fake News” Anymore? Slate Magazine. <https://slate.com/technology/2017/08/facebook-has-stopped-saying-fake-news-is-false-news-any-better.html>
- PASQUIM, H., Oliveira, M., & Soares, C. B. (2020). Fake news sobre drogas: Pós-verdade e desinformação. Saúde e Sociedade, 29, e190342. <https://doi.org/10.1590/s0104-12902020190342>

- RECUERO, R., Gruzd, A., Recuero, R., & Gruzd, A. (2019). Cascatas de Fake News Políticas: Um estudo de caso no Twitter. *Galáxia* (São Paulo), 41, 31–47. <https://doi.org/10.1590/1982-25542019239035>
- MOSCOVICI, S. (2010). REPRESENTAÇÕES SOCIAIS, investigações em psicologia social (7o ed). Vozes.
- MOTA, Janine da Silva. Utilização do *Google Forms* na Pesquisa Acadêmica, *Revista Humanidades e Inovação*, p.373, 2019. Disponível em <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/1106>. Acesso em: 30 maio 2022.
- NAIFF, L. A. M.; SÁ, C. P. & NAIFF, D. G. M. Preciso estudar para ser alguém: memória e representações sociais da educação escolar. *Paidéia* (Ribeirão Preto), Ribeirão Preto, v.18, n.39, p.125-138, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103863X2008000100012&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 01 jan. 2022.
- NASCIMENTO, A.R.A; NASCIMENTO, I.F.G & ROCHA, M.I.A. Representações sociais, identidade e preconceito: estudos de psicologia social. 1ed. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2019.
- Niederauer, R. C., & Maggi, A. (2022). Os desafios do algoritmo da plataforma para o trabalho do influenciador digital conhecido como youtuber . *Revista Eletrônica De Comunicação, Informação & Inovação Em Saúde*, 16(4), 820–836. <https://doi.org/10.29397/reciis.v16i4.3379>
- OLIVEIRA. Andre Macedo de, VIEIRA. L. G. S. (2019, dezembro 2). Fake news e a Justiça Eleitoral em tempos líquidos. *JOTA Info*. <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/fake-news-e-a-justica-eleitoral-em-tempos-liquidos-02122019>
- OREMUS, W. (2017, agosto 8). Have You Noticed Facebook Never Says “Fake News” Anymore? *Slate Magazine*. <https://slate.com/technology/2017/08/facebook-has-stopped-saying-fake-news-is-false-news-any-better.html>
- PASQUIM, H., Oliveira, M., & Soares, C. B. (2020). Fake news sobre drogas: Pós-verdade e desinformação. *Saúde e Sociedade*, 29, e190342. <https://doi.org/10.1590/s0104-12902020190342>

- RECUERO, R., Gruzd, A., Recuero, R., & Gruzd, A. (2019). Cascatas de Fake News Políticas: Um estudo de caso no Twitter. *Galáxia* (São Paulo), 41, 31–47. <https://doi.org/10.1590/1982-25542019239035>
- REPORTER, A. H. T. (2017, abril 25). Google acts against fake news on search engine. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/25/google-launches-major-offensive-against-fake-news>
- SÁ, C. P. A construção do objeto de pesquisa em representações sociais. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.
- _____. Nucleo-central-das-representacoes-sociais.pdf. ([s.d.]). Recuperado 30 de setembro de 2020, de <http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/material/SA-Nucleo-central-das-representacoes-sociais.pdf>
- SCHLÖSSER, A., & Camargo, B. V. (2015). Aspectos não explícitos das representações sociais da beleza física em relacionamentos amorosos. *Psicologia e Saber social*, 4(1), 89–107. <https://doi.org/10.12957/psi.saber.soc.2015.10405>
- The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf. ([s.d.]). Recuperado 13 de setembro de 2020, de <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf>
- WARDLE, C. (2017, 16 de novembro). Fake news. It's complicated. First Draft. Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy. Harvard University. Retirado de: <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>
- _____. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe. Retirado de: <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>
- REPORTER, A. H. T. (2017, abril 25). Google acts against fake news on search engine. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/25/google-launches-major-offensive-against-fake-news>
- SÁ, C. P. A construção do objeto de pesquisa em representações sociais. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

_____. Nucleo-central-das-representacoes-sociais.pdf. ([s.d.]). Recuperado 30 de setembro de 2020, de <http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/material/SA-Nucleo-central-das-representacoes-sociais.pdf>

SCHLÖSSER, A., & Camargo, B. V. (2015). Aspectos não explícitos das representações sociais da beleza física em relacionamentos amorosos. *Psicologia e Saber social*, 4(1), 89–107. <https://doi.org/10.12957/psi.saber.soc.2015.10405>

The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf. ([s.d.]). Recuperado 13 de setembro de 2020, de <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf>

WARDLE, C. (2017, 16 de novembro). Fake news. It's complicated. First Draft. Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy. Harvard University. Retirado de: <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>

_____. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe. Retirado de: <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>

5.3- Anexos

5.3.1-Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Termo de consentimento livre e esclarecido

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a), gostaria de convidá-lo(a) a participar da pesquisa sobre as representações sociais das Fake News. Os objetivos deste estudo são localizar as representações sociais vinculadas ao fenômeno social *Fake News* e organizá-las por meio da abordagem estrutural em um sistema de núcleo central e periférico. Para participar da pesquisa é necessário que a pessoa tenha entre 18 e 80 anos, seja conhecedor do termo Fake News, acompanhe aos noticiários por meio de jornais, revistas, televisão ou internet e que utilize rede(s) social(is). Essa pesquisa se localiza na área da Psicologia Social e deste modo, o foco da análise não estará apontado para a resposta individual. Não há respostas certas nem erradas, sendo necessário tão somente a total franqueza do participante. O sigilo sobre as informações pessoais é totalmente garantido e não haverá qualquer compensação financeira pela participação. Os riscos identificados foram: tomar o tempo do sujeito ao responder ao questionário, invasão da privacidade e divulgação de dados confidenciais. As medidas tomadas para prevenir ou minimizar os referidos riscos são: uso de formulário eletrônico de difusão digital visando celeridade, confiabilidade e segurança das informações, sobretudo utilizando-se linguagem objetiva. Garantir a não violação e a integridade dos documentos. Assegurar a confidencialidade e a privacidade, a proteção da imagem e a não estigmatização. Garantir que sempre serão respeitados os valores culturais, sociais, morais, religiosos e éticos, bem como os hábitos e costumes. Eventualmente, após consentir a participação, o indivíduo desistirá de participar tem o direito e a autonomia de retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa. Os resultados da observação serão compilados, analisados e utilizados na dissertação de mestrado que visa localizar e organizar as representações sociais das *Fake News*, que será apresentada ao programa de pós-graduação em Psicologia da UFRRJ, assim como apreendido em eventos da área correlata e publicado em revista científica nacional e/ou internacional. Por ocasião da publicação dos resultados, seu nome será mantido em sigilo absoluto. O pesquisador estará a sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa. Obrigado pela atenção e participação.

Sandro Valério Gonçalves Martins
Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFRRJ
 (21) 98270-2451
 sandrovalerio@ufrrj.br, sando.valerio@live.com

5.3.2- Formulário de pesquisa proposto

Olá! Convido você a participar de uma pesquisa sobre "Fake News".

Seja bem-vinda e bem-vindo!

Este questionário faz parte de um estudo realizado pelo pesquisador Sandro Martins, sob a orientação do professor Dr. Denis Giovanni Monteiro Naiff. O objetivo principal dessa investigação é compreender e identificar o núcleo central e o sistema periférico das representações sociais das Fake News, relacionando-as aos aspectos cognitivos, crenças, valores e opiniões. Você pode obter mais informações sobre a pesquisa enviando e-mail para sandrovalerio@ufrj.br.

Qualquer pessoa com, pelo menos, 18 anos de idade está convidada a participar.

A participação na pesquisa é voluntária e, se decidir participar mas precisar parar ao longo do preenchimento, você terá total liberdade para interromper a qualquer momento. No entanto, contamos com seu empenho em preencher a pesquisa completa, pois suas respostas são essenciais. Garantimos o sigilo total dos dados fornecidos, que, serão codificados e analisados em conjunto com os dados de todos os outros participantes. O questionário leva em média 03 minutos para ser respondido, e deve ser preenchido individualmente. A sua colaboração é importantíssima para nós e somente conseguiremos avançar na produção de conhecimento graças à sua ajuda.

(Essa pesquisa está em acordo com as recomendações éticas vigentes no Brasil)

Abaixo, há uma imagem com a versão integral do Termo de Consentimento para você salvar, se desejar.

*Obrigatório

1. Endereço de e-mail *

Olá! Convido você a participar de uma pesquisa sobre "Fake News".

Seja bem-vinda e bem-vindo!

Este questionário faz parte de um estudo realizado pelo pesquisador Sandro Martins, sob a orientação do professor Dr. Denis Giovanni Monteiro Naiff. O objetivo principal dessa investigação é compreender e identificar o núcleo central e o sistema periférico das representações sociais das Fake News, relacionando-as aos aspectos cognitivos, crenças, valores e opiniões. Você pode obter mais informações sobre a pesquisa enviando e-mail para sandrovalerio@ufrj.br.

Qualquer pessoa com, pelo menos, 18 anos de idade está convidada a participar.

A participação na pesquisa é voluntária e, se decidir participar mas precisar parar ao longo do preenchimento, você terá total liberdade para interromper a qualquer momento. No entanto, contamos com seu empenho em preencher a pesquisa completa, pois suas respostas são essenciais. Garantimos o sigilo total dos dados fornecidos, que, serão codificados e analisados em conjunto com os dados de todos os outros participantes. O questionário leva em média 03 minutos para ser respondido, e deve ser preenchido individualmente. A sua colaboração é importantíssima para nós e somente conseguiremos avançar na produção de conhecimento graças à sua ajuda.

(Essa pesquisa está em acordo com as recomendações éticas vigentes no Brasil)

Abaixo, há uma imagem com a versão integral do Termo de Consentimento para você salvar, se desejar.

*Obrigatório

1. Endereço de e-mail *

Termo de consentimento livre e esclarecido

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a), gostaria de convidá-lo(a) a participar da pesquisa sobre as representações sociais das Fake News. Os objetivos deste estudo são localizar as representações sociais vinculadas ao fenômeno social *Fake News* e organizá-las por meio da abordagem estrutural em um sistema de núcleo central e periférico. Para participar da pesquisa é necessário que a pessoa tenha entre 18 e 80 anos, seja conhecedor do termo Fake News, acompanhe aos noticiários por meio de jornais, revistas, televisão ou internet e que utilize rede(s) social(is). Essa pesquisa se localiza na área da Psicologia Social e deste modo, o foco da análise não estará apontado para a resposta individual. Não há respostas certas nem erradas, sendo necessário tão somente a total franqueza do participante. O sigilo sobre as informações pessoais é totalmente garantido e não haverá qualquer compensação financeira pela participação. Os riscos identificados foram: tomar o tempo do sujeito ao responder ao questionário, invasão da privacidade e divulgação de dados confidenciais. As medidas tomadas para prevenir ou minimizar os referidos riscos são: uso de formulário eletrônico de difusão digital visando celeridade, confiabilidade e segurança das informações, sobretudo utilizando-se linguagem objetiva. Garantir a não violação e a integridade dos documentos. Assegurar a confidencialidade e a privacidade, a proteção da imagem e a não estigmatização. Garantir que sempre serão respeitados os valores culturais, sociais, morais, religiosos e éticos, bem como os hábitos e costumes. Eventualmente, após consentir a participação, o indivíduo desistir de participar tem o direito e a autonomia de retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa. Os resultados da observação serão compilados, analisados e utilizados na dissertação de mestrado que visa localizar e organizar as representações sociais das *Fake News*, que será apresentada ao programa de pós-graduação em Psicologia da UFRRJ, assim como apresentada em eventos da área correlata e publicado em revista científica nacional e/ou internacional. Por ocasião da publicação dos resultados, seu nome será mantido em sigilo absoluto. O pesquisador estará a sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa. Obrigado pela atenção e participação.

Sandro Valério Gonçalves Martins
Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFRRJ
 (21) 98270-2451
 sandrovalerio@ufrrj.br, sando.valerio@live.com

Termo de consentimento livre e esclarecido

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a), gostaria de convidá-lo(a) a participar da pesquisa sobre as representações sociais das Fake News. Os objetivos deste estudo são localizar as representações sociais vinculadas ao fenômeno social *Fake News* e organizá-las por meio da abordagem estrutural em um sistema de núcleo central e periférico. Para participar da pesquisa é necessário que a pessoa tenha entre 18 e 80 anos, seja conhecedor do termo Fake News, acompanhe aos noticiários por meio de jornais, revistas, televisão ou internet e que utilize rede(s) social(is). Essa pesquisa se localiza na área da Psicologia Social e deste modo, o foco da análise não estará apontado para a resposta individual. Não há respostas certas nem erradas, sendo necessário tão somente a total franqueza do participante. O sigilo sobre as informações pessoais é totalmente garantido e não haverá qualquer compensação financeira pela participação. Os riscos identificados foram: tomar o tempo do sujeito ao responder ao questionário, invasão da privacidade e divulgação de dados confidenciais. As medidas tomadas para prevenir ou minimizar os referidos riscos são: uso de formulário eletrônico de difusão digital visando celeridade, confiabilidade e segurança das informações, sobretudo utilizando-se linguagem objetiva. Garantir a não violação e a integridade dos documentos. Assegurar a confidencialidade e a privacidade, a proteção da imagem e a não estigmatização. Garantir que sempre serão respeitados os valores culturais, sociais, morais, religiosos e éticos, bem como os hábitos e costumes. Eventualmente, após consentir a participação, o indivíduo desistir de participar tem o direito e a autonomia de retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa. Os resultados da observação serão compilados, analisados e utilizados na dissertação de mestrado que visa localizar e organizar as representações sociais das *Fake News*, que será apresentada ao programa de pós-graduação em Psicologia da UFRRJ, assim como apresentada em eventos da área correlata e publicado em revista científica nacional e/ou internacional. Por ocasião da publicação dos resultados, seu nome será mantido em sigilo absoluto. O pesquisador estará a sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa. Obrigado pela atenção e participação.

Sandro Valério Gonçalves Martins

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFRRJ

 (21) 98270-2451

 sandrovalerio@ufrrj.br, sando.valerio@live.com

2. Tenho mais de 18 anos, estou ciente do objetivo e relevância do estudo proposto e declaro meu consentimento em participar voluntariamente desta pesquisa: *

Marcar apenas uma oval.

- Claro que sim, vou colaborar com a pesquisa!
- Não.

Perfil Sociodemográfico

3. Nome *

4. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

- Homem
- Mulher
- Prefiro não informar

5. Nacionalidade *

Marcar apenas uma oval.

- Brasileiro
- Estrangeiro

6. Idade *

2. Tenho mais de 18 anos, estou ciente do objetivo e relevância do estudo proposto e declaro meu consentimento em participar voluntariamente desta pesquisa: *

Marcar apenas uma oval.

- Claro que sim, vou colaborar com a pesquisa!
- Não.

Perfil Sociodemográfico

3. Nome *

4. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

- Homem
- Mulher
- Prefiro não informar

5. Nacionalidade *

Marcar apenas uma oval.

- Brasileiro
- Estrangeiro

6. Idade *

7. Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

- Solteiro
- Casado
- União estável
- Divorciado
- Viúvo

8. Profissão *

9. Escolaridade *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação incompleta
- Pós-graduação completa

10. Qual seu curso universitário? (se não tiver, não responda)

11. Local onde reside (bairro, cidade) *

12. Possui conta e faz uso de redes sociais? (Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, etc) *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

13. Caso tenha respondido sim, com qual frequência você acessa as redes sociais? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
 Quase sempre
 Raramente
 Nunca

14. Você acredita nas informações vinculadas pelos meios tradicionais de comunicação? (Telejornais, Revistas e Jornais impressos) *

Marcar apenas uma oval.

- Sim acredito
 Não acredito
 Acredito parcialmente
 Não sei responder

12. Possui conta e faz uso de redes sociais? (Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, etc) *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

13. Caso tenha respondido sim, com qual frequência você acessa as redes sociais? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
 Quase sempre
 Raramente
 Nunca

14. Você acredita nas informações vinculadas pelos meios tradicionais de comunicação? (Telejornais, Revistas e Jornais impressos) *

Marcar apenas uma oval.

- Sim acredito
 Não acredito
 Acredito parcialmente
 Não sei responder

15. Você acredita nas informações vinculadas pelas redes sociais? (Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, etc) *

Marcar apenas uma oval.

- Sim acredito
 Não acredito
 Acredito parcialmente
 Não sei responder

Percepção social das Fake News

Evocações livres

16. Escreva as cinco primeiras palavras ou expressões que lhe vem à cabeça ao pensar em "Fake News" *

17. Considerando a questão anterior, é possível pensar em "Fake News" sem pensar na primeira palavra informada? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 Talvez

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

15. Você acredita nas informações vinculadas pelas redes sociais? (Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, etc) *

Marcar apenas uma oval.

- Sim acredito
- Não acredito
- Acredito parcialmente
- Não sei responder

Percepção social das Fake News

Evocações livres

16. Escreva as cinco primeiras palavras ou expressões que lhe vem à cabeça ao pensar em "Fake News" *

17. Considerando a questão anterior, é possível pensar em "Fake News" sem pensar na primeira palavra informada? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários