

PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE DESINFORMAÇÃO E JORNALISMO NA PERSPECTIVA DOS RECEPTORES

Maykel Dowglas; maykeldowglas@gmail.com

Larissa Drabeski; larissadrabeski@gmail.com (orientador)

RESUMO

O objetivo geral do artigo é discutir como a interconexão entre desinformação, jornalismo e estudos de recepção numa perspectiva latino-americana tem sido abordada nos eventos da área. Para tanto, foi feito um levantamento dos artigos apresentados nos últimos cinco anos em GTs da Compós, Intercom Nacional e Enejo, a fim de investigar pesquisas que apresentam essa articulação. Para o levantamento, foi utilizado como apoio um prompt de inteligência artificial para filtragem inicial dos artigos. Os resultados apontam uma lacuna no campo no que trata da investigação da percepção dos sujeitos diante do cenário de desinformação atual e sua relação com o jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE

Desinformação. Pesquisa de audiência. Jornalismo. Estudos de recepção latino-americana

1. INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta um olhar para como a pesquisa acadêmica no campo da Comunicação, com ênfase especial na área do jornalismo, olha para os sujeitos no fenômeno da desinformação. Nesse sentido, interessa-nos saber como a produção da área tem considerado o sujeito receptor nesse cenário atual.

Para isso, foi definido como objetivo geral do artigo discutir como a interconexão entre desinformação, jornalismo e estudos de recepção numa perspectiva latino-americana têm sido abordada nos eventos da área.

Cabe destacar inicialmente a posição de onde parte esta pesquisa para pensar nos estudos de audiência, que se ancora especialmente numa perspectiva latino-americana. Isso representa uma abordagem que busca se distanciar de um olhar estritamente funcionalista para pensar o consumo de conteúdos midiáticos. Para compreender essa perspectiva, cabe retomar o pensamento de Jesús Martín-Barbero ao refletir sobre os estudos de comunicação na América Latina e que o levaram a propor a teoria das mediações em *De los medios a las mediaciones* em 1987. Sua proposta leva a

pensar a comunicação a partir dos processos socioculturais, como ele destacou em entrevista concedida em 2008.

Parti da perspectiva de que estudar a comunicação era estudar os meios, que era o que nos chegava do norte, e eu dizia ‘não’!. Quando saio às ruas na Colômbia, vejo que as pessoas se comunicam e investem muito mais tempo na comunicação familiar, na comunicação no trabalho, na comunicação no bairro, na comunicação, na comunicação festiva, na comunicação lúdica. [...] A pira comunicativa da nossa sociedade é muito mais rica e muito mais ampla do que permitem os meios (Martín-Barbero, 2008, p. 150).

Com sua proposição, o Martín-Barbero busca o que ele chama de superação da visão instrumental “para uma visão mais densa de comunicação, densa culturalmente, densa socialmente” (Martín-Barbero, 2008, p. 151). Isso não representa uma negação da relevância dos meios de comunicação, mas mais do que isso, uma provocação para olhar para as produções de sentidos no âmbito da recepção, no contexto das vivências cotidianas dos sujeitos.

A partir disso, é importante situar do que se trata a figura do receptor nesse processo. Enquanto as teorias funcionalistas viam o receptor com público alvo ou consumidor, a perspectiva latino-american considera-os como sujeitos ativos no processo de produção de sentidos:

aos estudos de recepção importam os sujeitos e os sentidos do que eles conso-mem, produzem e circulam em suas de comunicação. Os receptores não são assujeitados ou efeitos de estruturas ou enunciações. Eles são produtores de sentido e da própria história, embora não detenham controle da totalidade desse processo (FIGARO; GROHMANN, 2017, p. 156)

E ainda, o autor tratava já na época de que “cada vez mais estamos falando de um ‘ecossistema’ comunicativo (...). Agora vivemos também em um entorno ‘comunicativo’, esse entorno técnico-comunicativo com suas linguagens, escrituras e gramáticas novas” (Martín-Barbero, 2008, p. 159).

De lá para cá, é possível pensar em como a comunicação ganhou ainda mais densidade, cada vez mais imbricada em nossas práticas cotidianas. Da mesma forma, esse entorno comunicativo levou a produção de novas gramáticas e novas linguagens que também são retomadas na última atualização da sua teoria das mediações.

Martín-Barbero interpretado por Rincón (2019), chama de mutação cultural a intensa transformação social vivenciada na contemporaneidade, que

levou à produção de uma nova civilização, marcada pela velocidade, conexão, ações multitarefas e experiências mais superficiais. Essa mudança levou à produção de um novo *sensorium*, que se refere a uma nova sensação, novas formas de experimentar, perceber e interpretar o entorno cultural que vivenciamos.

Com a proposta de um mapa para investigar a mutação cultural, Martín-Barbero dá mais densidade à interpretação de processos de transformação que ele já observada nos anos 2000. As transformações tecnológicas tornam ainda mais densas as experiências culturais relacionadas a esse ecossistema comunicativo cada vez mais denso, diverso e onipresente na vivência dos sujeitos.

No contexto de redes vivenciado na cultura digital atual, alguns problemas se agravam, como a falta de privacidade, a venda de dados dos usuários e as *fake News* (Brignol, Cogo e Martinez, 2019). Trata-se também de uma questão que desafia a cidadania, pois as fake News representam um uso deliberado da desinformação como estratégia de poder (Bonin e Morigi, 2019).

Embora o termo *fake News* tenha se popularizado, não é o único usado para descrever processos de poluição na circulação de informação. E nem é o preferível para alguns pesquisadores, como Wardle e Derakhshan (2019), que destacam o quanto este conceito é vulnerável a ser tomado a partir de um viés político. Em vez disso, eles adotam o conceito de desordem informacional, cujos níveis variam de acordo com a qualidade da informação e intencionalidade de sua divulgação, podendo ser informações falsas divulgadas por sujeitos que a consideram verdadeiras (informação incorreta); informações falsas divulgadas com intencionalidade (desinformação) e a informações baseadas na realidade mas fora de contexto, divulgadas para causar danos (má-informação).

Todos esses cenários que prejudicam a informação coexistem no cotidiano dos sujeitos. A partir disso, temos como pano de fundo de investigação a hipótese de a desordem informacional poderia ser parte desse novo *sensorium*, uma vez que integra a experiência dos sujeitos na contemporaneidade (Drabeski, Caminada; Sabino, 2023).

Neste artigo, não temos a pretensão de aprofundar a discussão sobre o

novo sensorium nem sobre a desinformação. No entanto, cabe situar a hipótese em discussão para a compreensão das motivações dos estudos.

A partir do entendimento de que compreender a experiência dos sujeitos receptores também é relevante para pensar o processo de desordem informacional, tem-se a busca por compreender como essas relações estão sendo pensadas nos estudos de comunicação.

Tem-se também a busca por compreender se esses estudos compreender processos jornalísticos em sua investigação. O interesse particular pelo jornalismo se justifica pela própria relação da área com a busca pela verdade e credibilidade. Como apontam Gomes e Dourado (2019), o jornalismo, que historicamente teve a reputação de apresentar os fatos verídicos à sociedade, é desafiado e questionado neste contexto.

Para isso, buscamos alcançar o objetivo geral proposto para esse artigo a partir do levantamento das produções que tratam da desinformação, a fim de analisar a posição dos sujeitos nesse processo, como descrito no tópico a seguir.

A investigação faz parte do projeto de pesquisa Consumo e Desinformação, desenvolvida dentro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Tecnologia e Sociedade, ligado ao Centro Universitário Internacional Uninter.

2. METODOLOGIA

Para o levantamento desenvolvido, o primeiro passo foi definir eventos acadêmicos da área de comunicação de maior relevância. Dentre esses, foram selecionados grupos de trabalho (GT) ou de pesquisa (GP) que tivessem ênfase em estudos de recepção, estudos de jornalismo ou estudos ligados à cultura digital, por considerar que esses poderiam abarcar mais estudos que pensassem a questão da desinformação.

Como recorte temporal foram considerados os trabalhos apresentados desde 2020 a 2024, considerando a busca por analisar a produção mais recente na área. A única exceção foi o GT de materialidades digitais e práticas comunicativas, que passou a existir em 2023.

Portanto, foram definidos para a coleta os seguintes eventos:

TABELA 1: EVENTOS E GTS ANALISADOS

Encontro Anual da Compós
GT estudos de jornalismo
GT Materialidades digitais e praticas comunicativas (somente 2023 e 2024)
GT Recepcao circulacao e usos sociais das midias
Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) nacional
GP Gêneros Jornalísticos
GP Tecnologias e Culturas Digitais 68
GP telejornalismo
GP Teorias do jornalismo
Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo (ENEJor)
Grupo de Pesquisa Atividades de Extensão;
Grupo de Pesquisa Ensino de Ética e de Teorias do Jornalismo;
Grupo de Pesquisa Produção Científica;
Grupo de Pesquisa Produção Laboratorial – Eletrônicos e impressos;
Grupo de Pesquisa Projetos Pedagógicos e Metodologias de Ensino;
Grupo de Trabalho Graduação em Jornalismo (exclusivo para estudantes).

Fonte: os autores

O recorte resultou em 243, a partir da leitura dos títulos, 195 foram selecionados para análise. A fim de otimizar o processo de seleção dos artigos, foi utilizado a inteligência artificial Chat GPT 4 – plus (versão mais recente disponível no momento de análise) como ferramenta de apoio para estruturar a análise dos artigos. O objetivo não era substituir a leitura crítica e reflexiva, mas sim tornar a triagem mais eficiente, permitindo que o foco permanecesse na interpretação dos conteúdos mais relevantes para a pesquisa. A análise com auxílio do ChatGPT seguiu os seguintes passos:

1. Definição do que precisava ser analisado. Antes de qualquer interação com a IA, foi necessário organizar o que era essencial identificar nos artigos. O foco estava na presença dos temas desinformação, *fake news* e a concepção do receptor a partir da abordagem de Jesús Martín-Barbero. Também nos interessava saber se os textos aprofundavam essas discussões, se traziam dados concretos e como dialogavam com outras áreas do conhecimento.

2. Criação de perguntas diretas para guiar a IA Para que o ChatGPT

ajudasse de forma eficaz, desenvolvemos um conjunto de perguntas que orientassem a análise, garantindo que as informações extraídas fossem relevantes. Entre elas:

- O artigo trata diretamente do tema ou apenas menciona superficialmente?
- Ele traz dados, estudos de caso ou referências sólidas?
- Há conexão com outras áreas do conhecimento? Se sim, quais?
- Os termos usados para desinformação ou fake news são claros e coerentes?
- O artigo aborda o jornalismo?
- Como ele trata a ideia de sujeito e quais conceitos utiliza?
- Há menção a autores latino-americanos, como Martín-Barbero, Canclini ou Orozco?

3. Teste do prompt na prática. Com essas perguntas formuladas, testamos a interação com diferentes artigos, ajustando a abordagem sempre que necessário. Percebemos, por exemplo, que algumas respostas precisavam ser refinadas, então reformulamos questões para obter informações mais precisas.

4. Organização dos resultados. Após a coleta das respostas, o ChatGPT ajudou a organizar os dados, facilitando a comparação entre os artigos. Isso permitiu que os textos mais alinhados à pesquisa fossem destacados e que os resumos fossem gerados de forma mais sistematizada.

5. Revisão humana e validação final. Mesmo com uso da tecnologia, a busca foi para que a análise crítica permanecesse no centro do processo. Cada análise passou por uma leitura cuidadosa para garantir que os insights fossem pertinentes e que a IA não tivesse deixado escapar nuances importantes.

Após a realização dessa triagem, foram selecionados 84 artigos para análise com olhar humano do título, resumo e técnicas de pesquisa, a fim de observar aqueles que propusessem um olhar para o receptor para pensar o fenômeno da desinformação.

É preciso considerar que, mesmo com a busca por transparência e precisão na elaboração do prompt de comando e com a análise crítica na revisão humana dos resultados, não se pode considerar esses dados como absolutos. Considera-se que a utilização da IA na pesquisa acadêmica pode ser aliada para otimização de processos, mas requer cuidados na tomada dos

dados.

No entanto, apesar das ressalvas e considerações importantes a serem feitas, o uso da ferramenta possibilitou alcançar um recorte que favorecesse as reflexões propostas como objetivo do artigo.

3. Análise dos resultados

Entre os 243 artigos dos eventos e grupos selecionados, após seguir os passos metodológicos, foram encontrados apenas quatro que trataram do fenômeno de desinformação trazendo a perspectiva dos sujeitos receptores. Sendo que outros 80 foram encontrados por tratar de desinformação em outras perspectivas, a maioria deles mais relacionados ao que seria o âmbito da produção.

TABELA 2: ARTIGOS QUE TRATAM DE DESINFORMAÇÃO NA PERSPECTIVA DOS RECEPTORES

Título do artigo	Autor	Ano	Congress o	Grupo de trabalho ou estudo
JORNALISMO DECLARATÓRIO, TWITTER E PANDEMIA: Como os usuários reagem à reprodução de declarações com desinformação?	Arthur Araújo e Ailma Teixeira	2022	COMPÓS	Estudos de jornalismo
POLARIZAÇÃO, DESINFORMAÇÃO, INFLUENCIADORES E BOTS: uma análise de tweets sobre a urna eletrônica nas eleições 2022	SILVA, Maurílio Luiz Hoffmann da	2023	COMPÓS	Materialidades Digitais e Práticas Comunicacionais
DESORDEM INFORMACIONAL E O NOVO SENSORIUM: percepção sobre fake news ligadas à política	Larissa Drabeski, Thiago Caminada, Ester Lais Rocha Sabino	2023	COMPÓS	Recepção, circulação e consumo
ESTUDOS PARCIAIS SOBRE INSTABILIDADES SOCIAIS CAUSADAS PELA DESINFORMAÇÃO	Mônica Fort Paulo Pessoa Neto	2021	ENEJOR	Pesquisa na Graduação

Fonte: os autores

O encontro da Compós teve três trabalhos entre os selecionados. O artigo “JORNALISMO DECLARATÓRIO, TWITTER E PANDEMIA: Como os usuários reagem à reprodução de declarações com desinformação?” foi

produzido por pesquisadores da Universidade Federal da Bahia. O objetivo foi

analisar a reação dos usuários do Twitter diante de títulos declaratórios com desinformação, postados por veículos de grande mídia em seus perfis nessa rede social. Procuramos identificar 1) como os usuários reagem às mensagens e às fontes e 2) como os usuários reagem aos veículos jornalísticos que as publicam (Araujo, Teixeira, 2023, p. 1).

Para a análise, foi aplicada Análise de Conteúdo e Análise de Sentimento para investigar as interações textuais na plataforma do Twitter.

O segundo artigo “POLARIZAÇÃO, DESINFORMAÇÃO, INFLUENCIADORES E BOTS: uma análise de tweets sobre a urna eletrônica nas eleições 2022” foi desenvolvido por pesquisador da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e apresentado no GT de Materialidades Digitais e Práticas Comunicacionais. Novamente, a ênfase está na conversação dos sujeitos nas plataformas digitais. Para esse estudo, foram analisados 359.017 tweets, com uma abordagem com combinou Análise de Redes Sociais, Análise Crítica do Discurso, Análise de Conteúdo e no PegaBot. Os resultados apontaram para uma polarização ideológica que interferiu na qualidade de informação a que os eleitores tiveram acesso nas eleições de 2022.

A pesquisa chama atenção ao propor um olhar para as reações dos sujeitos na circulação dos conteúdos e na análise das conversações. É preciso destacar que essa não se aproxima tanto da perspectiva latino-americana abordada aqui, por focar mais na circulação, usando também outra matriz teórico-metodológica. No entanto, destaca-se a busca por compreender o papel dos sujeitos nesse processo de desinformação, ainda que não busque investigar como se dá a produção de sentidos em articulação com os processos comunicativos e culturais desses sujeitos.

O terceiro trabalho destacado (Drabeski, Caminada, Sabino, 2023) trata-se de pesquisa desenvolvida no âmbito do mesmo projeto relacionado a este artigo. Desta forma, segue a mesma perspectiva proposta aqui, de investigação dos sujeitos, a fim de buscar relacionar a desordem informacional a este novo sensorium. Embora a abordagem metodológica adota no contexto não dê conta de aprofundar a investigação com sujeitos.

O ENEJor teve apenas um trabalho ligado aos temas selecionados,

publicado em 2021, no GT destinado a pesquisa na graduação. Também relacionado a projeto de pesquisa desenvolvido na Uninter. No estudo, foram analisados checagens de informações falsas realizadas pelo Fato ou Fake do Grupo Globo por ocasião da covid-19. Além disso, foi aplicado um formulário respondido por 577 respondentes, por meio do qual se buscou investigar a relação entre fake News e amplificação do medo (Fort, Pessôa, 2021). Neste caso, observa-se uma busca por compreender as relações entre o processo de desinformação e as práticas cotidianas dos sujeitos no contexto da pandemia. No entanto, a abordagem metodológica adotada, não propõe um olhar aprofundado que possibilite a compreensão desses atravessamentos de maneira mais complexa.

Entre os artigos do Intercom, nenhum foi encontrado que tratasse da perspectiva dos sujeitos para investigar a desinformação e jornalismo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O levantamento apresentado trata-se de um esforço ainda inicial por compreender como o campo de pesquisa da comunicação tem tratado a relação entre jornalismo e desinformação adotando a perspectiva dos sujeitos.

Os resultados alcançados no recorte apresentado demonstram uma lacuna importante no campo de pesquisa. O resgate teórico a partir da perspectiva de Martín-Barbero (2008) e Martín-Barbero; Rincón (2019) contribui para suscitar o debate quanto à relevância de alcançar os sujeitos para pensar as práticas comunicativas.

Assim como, ao propor ir dos meios às mediações, na proposição da teoria das mediações, Martín-Barbero não estava negando a importância dos meios de comunicação; da mesma forma, não pretendemos reduzir a relevância de investigar os cenários relacionados à produção e circulação da desinformação; tampouco negar a relevância de investigar os esforços para checagem de dados.

O que queremos propor com essa provocação é que os estudos da área alcancem também outras perspectivas que abordem os sujeitos nesse processo. Além disso, é válido destacar que as poucas pesquisas encontradas

que consideram o sujeito nos processos de desinformação, o fazem numa perspectiva pouco aprofundada. Em nenhuma das investigações encontradas foi possível identificar propostas de estudos e abordagens teórico-metodológicas que buscassem compreender os atravessamentos da desinformação nas experiências dos sujeitos. Com isso, não foi encontrada nenhuma pesquisa que trouxesse mais pistas para a hipótese em desenvolvimento no projeto de pesquisa, que considera a desordem informacional como pertencente a esse novo contexto de mutação cultural.

No entanto, é necessário também fazer uma consideração sobre o uso de inteligência artificial na pesquisa acadêmica. Neste estudo, optou-se pelo uso de um prompt de comando no chat GPT a fim de viabilizar o levantamento de forma rápido. Mas, ainda que tenhamos buscado considerar as diretrizes éticas do uso da IA na pesquisa, é preciso destacar as melhorias necessárias no processo.

A experiência mostrou a produtividade da utilização da ferramenta, mas consideramos que são necessários mais testes e prováveis ajustes no processo para garantir resultados mais confiáveis. Sem abrir mão da análise crítica e humana no processo.

REFERÊNCIAS

BONIN, J. A.; MORIGI, V. J. Ciudadanía: en las interrelaciones entre comunicación, medios y culturas. In: O. (editor) Rincón; N. (org) Jacks; D. Schmitz; L. Wottrich (Orgs.); **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**, 2019. Quito, Equador: Ciespal.

BRIGNOL, L. D.; COGO, D.; MARTÍNEZ, S. L. Redes: dimensión epistemológica y mediación constitutiva de las mutaciones comunicacionales y culturales de nuestro tiempo. In: O. (editor) Rincón; N. (org) Jacks; D. Schmitz; L. Wottrich (Orgs.); **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**, 2019. Quito, Equador: Ciespal.

GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019.

MARTÍN-BARBERO, J. Una aventura epistemológica. **Matrizes**, p. 143–163, 2008.

MARTÍN-BARBERO, J.; RINCÓN, O. Mapa Insomne 2017: ensayo sobre el

sensorium contemporâneo. Un mapa para investigar la mutación cultural. **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**. 1ª edição ed., p.17–23, 2019. Quito, Equador: Ciespal.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; SABBATINI, Marcelo; LIMONGI, Ricardo. Diretrizes para o uso ético e responsável da inteligência artificial generativa: um guia prático para pesquisadores. **Boletim Técnico do PPEC**, v. 10, p. e025003-e025003, 2024.

Artigos analisados

ARAÚJO, Arthur; TEIXEIRA, Ailma. Jornalismo declaratório no Twitter: como os usuários reagem à reprodução de declarações de Bolsonaro com desinformação?. **Galáxia (São Paulo)**, v. 48, p. e58621, 2023.

DRABESKI, Larissa; CAMINADA, Thiago; SABINO, Ester Lais Rocha. DESORDEM INFORMACIONAL E O NOVO SENSORIUM: percepção sobre fake news ligadas à política. In: ANAIS DO 32º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2023, São Paulo. Anais eletrônicos..., Galoá, 2023. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/desordem-informacional-e-o-novo-sensorium-percepcao-sobre-fake-news-ligadas-a-po?lang=pt-br>> Acesso em: 14 Mar. 2025.

FORT, Mônica. PESSÔA, Paulo. Estudos parciais sobre instabilidades sociais causadas pela desinformação. In: ANAIS DO 20º ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO, 2021, remoto. Disponível em: <https://repositorio.abejor.org.br/?anal=estudos-parciais-sobre-instabilidades-sociais-causadas-pela-desinformacao> Acesso em: 16 Mar. 2025.

SILVA, Maurílio Luiz Hoffmann da. POLARIZAÇÃO, DESINFORMAÇÃO, INFLUENCIADORES E BOTS: uma análise de tweets sobre a urna eletrônica nas eleições 2022. In: ANAIS DO 32º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2023, São Paulo. Anais eletrônicos..., Galoá, 2023. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/polarizacao-desinformacao-influenciadores-e-bots-uma-analise-de-tweets-sobre-a-u?lang=pt-br>> Acesso em: 16 Mar. 2025.