



DOI: 00.0000/0000-0000.2018x0y0z0

## **O fenômeno das *fake news*: problemáticas e possibilidades** *The phenomenon of fake news: problems and possibilities*

NASCIMENTO, Marcus Vinicius Vieira do. Especialista em Comunicação e Mídias Digitais. Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Do Sertão Pernambucano - Campus Santa Maria Da Boa Vista/ E-mail: marcusvvn.contato@gmail.com

COSTA, Teresa Leonel. Mestre em comunicação. Universidade do Estado da Bahia, campus Juazeiro. Juazeiro - BA - Brasil. E-mail: teresaleonelcosta@hotmail.com

### **RESUMO**

O presente artigo analisa os efeitos das chamadas *fake news*, em um contexto político, publicitário, social e ético. O objetivo da pesquisa, por meio de revisão bibliográfica em livros, periódicos e artigos científicos, é desenvolver um estudo onde se levantassem aspectos da influência dessas notícias falsas na sociedade, espalhadas no ciberespaço, sem compromisso com a ética e a verdade. Para tanto, as *fake news* foram acompanhadas e analisadas, observando não só os malefícios, mas se há benefícios na utilização e como controlar esse novo aparato digital. Trata-se de uma reflexão sobre uma temática ainda em estudo, observando, sem pretensão de respostas conclusivas, os desafios que vem gerando esse instrumento digital.

Palavras-chave: Ética, Pesquisa, *Fake News*.

### **ABSTRACT**

This article analyzes the effects of so - called "fake news" in a political, advertising and social context. The objective was to develop a study that raised aspects of the influence of these false news in society, scattered in cyberspace, without commitment to ethics and truth. In order to do so, the fake news were monitored and analyzed, observing not only the malfunctions but also the benefits of using and controlling this new digital device. It is a reflection on a thematic still under study, observing, without pretension of conclusive answers, the challenges that this digital instrument is generating.

keywords: Ethics, Search, *Fake News*.



## Introdução

Na sociedade atual, o advento das ‘novas tecnologias digitais’ é cada vez mais constante. De forma especial o surgimento da internet, e tudo que gira em torno da cibercultura, contribuíram e ainda contribuem de forma direta e indireta para mudanças significantes no nosso cotidiano e visão de mundo.

Um fenômeno que atualmente vem provocando diversas polêmicas, e que ganha força em meio a esse ambiente digital, são as chamadas *fake news*, na tradução, notícias falsas. Para Alves (2017) as *fake news* são as notícias que, sejam elas inventadas ou manipuladas, são publicadas para confundir o público, convencendo-o de tal informação, afim de diversos propósitos escusos. Essas notícias falsas são frequentes em todas as mídias sociais digitais e até mesmo em alguns *sites* e *blogs*, havendo inclusive portais dedicados exclusivamente na produção destas. Podem parecer inocentes, contudo, muito mais do que ‘apenas mentiras soltas no ciberespaço’ elas têm consigo uma grande capacidade de gerar efeitos drásticos.

Em um contexto onde cada vez menos se tem a preocupação em checar às informações, estas notícias logo se espalham, sendo por vezes tidas como verdade e assim podem ser o ponto chave para diversos fins, sejam eles quais forem. Dentre esses interesses, de ‘reescrever a história’ e criar ‘novas verdades e fatos’ a partir de notícias falsas, destacam-se alguns como os fins políticos (que na prática já se registram casos verdadeiros onde estas tiveram grande importância em campanhas eleitorais de grande porte) e fins publicitários, o que faz das *fake news* um assunto, que de forma geral chama a atenção de muitos, e academicamente se mostra relevante para estudos de cientistas políticos, publicitários, estudiosos dos fenômenos do ciberespaço, sociólogos, dentre outros.

Entre as diversas análises possíveis, as que giram em torno dos crimes cibernéticos e da ética em relação ao uso desses artifícios pela publicidade, têm destaques devido a grande incidência de utilização das *fake news*, que podem ao patamar jurídico. Este fenômeno contribui de forma contundente para o advento da ‘pós-verdade’<sup>1</sup>, um tema pouco explorado tendo em vista a abrangência e o perigo que o mesmo causa. Diante do exposto, o presente artigo teve como objetivo o desenvolvimento de um estudo que investigasse os aspectos da influência dessas notícias falsas na sociedade, espalhadas no ciberespaço, sem compromisso com a ética e a verdade. Buscou-se uma reflexão sobre essa temática amplamente debatida, observando sua relevância nos diversos contextos da sociedade.

Compreende-se que as *fake news* precisam ser analisadas, acompanhadas e estudadas para que se gerem análises e ações a fim de entender tanto as suas problemáticas como as possibilidades, sobretudo analisando se estas somente trazem malefícios (tendo como foco principal o de propor soluções e medidas de precaução) ou se há meios de tirar algum proveito positivo do mesmo.

<sup>1</sup>O Dicionário Oxford consagrou o termo ‘pós-verdade’ como a palavra do ano de 2016, afirmando que esta é usada para referir-se às “circunstâncias na qual os fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública que aquelas que apelam para a emoção e à crença pessoal”. BERCKEMEYER, Fernando. A ERA DA PÓS-VERDADE: realidade versus percepção. São Paulo: Mattavelli Gráfica e Editora. 2017, p. 26.



## Fundamentação Teórica

Difundir mentiras, obviamente, não é algo recente ou próprio deste tempo atual, mas o que torna as *fake news* algo tão poderoso e, de certo modo, recente, é a potencialização dessas mentiras e a capacidade de serem absorvidas como verdades a partir da utilização das mídias sociais digitais. Esses dois últimos fatores citados têm base no que o ciberespaço e a cibercultura proporcionaram na mudança cultural que favorecem a difusão das *fake news*.

Para Lévy (1999, p. 17), o ciberespaço, também chamado por ele de ‘rede’, é “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores”. Contudo, para ele o termo não se refere apenas à parte técnica, vai além:

O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 17).

O mesmo autor conceitua cibercultura como um processo que se relaciona ao crescimento do ciberespaço, a partir do campo técnico ou humano, conforme cita em seu livro:

[...] “Cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY, 1999, p. 17).

Uma cultura é um conjunto de práticas, que são resultados de diversos fatores: sociais, políticos, religiosos etc. Toda cultura pode ser mudada com o tempo, pois essas práticas podem deixar de existir ou serem alteradas por diversos fatores. Esses fatores, em boa parte, estão ligados à comunicação e suas inovações:

Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo da nossa cultura. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. (CASTELLS, 1999, p. 414).

Para Lévy (1999, p. 22), “as tecnologias são produtos de uma sociedade e de uma cultura”. Para ele, técnica, cultura e sociedade se relacionam de forma muito estreita ao ponto de que um influencia o outro. Ao mesmo tempo em que Lévy vê a tecnologia como um resultado, ele também a observa como um condicionante da cultura e da sociedade, ou seja, a técnica é moldada pelo meio que está inserido, mas posteriormente pode proporcionar mudanças. Esse condicionamento não é o mesmo que determinar, pois apesar das possibilidades criadas nem todas serão aproveitadas. Diante desse entendimento, Lévy (1999, p. 26) descreve a tecnologia como algo positivo ou negativo a partir da sua utilização.

Uma técnica não é nem boa, nem má (isto depende dos contextos, dos usos e dos pontos de vista), tampouco neutra (já que é condicionante ou restritiva, já que de um lado abre e de outro fecha o espectro de possibilidades). (LÉVY, 1999, p. 26).



Sobre os efeitos causados por este fenômeno, podem-se elencar os negativos que passam desde a calúnia sobre figuras públicas, denegrir reputações e desfavorecê-las quando a sua reputação é ponto crucial em determinadas disputas (como no caso das eleições), até mesmo as mais simples invenções de notícias que tenham objetivos mais diretos e pontuais, e que acontecem em menores escalas, falando de qualquer situação com aumento de proporções ou enfoques que distorcem os acontecimentos reais, tendo em vista o favorecimento das ideias de quem publica.

Os possíveis proveitos que poderiam surgir desse formato de notícia são pontos controversos. Há quem analise o uso da *fake news* como instrumento de publicidade, no qual se pode utilizar da notícia criada para inventar fatos que favorecem marcas ou ideias e até mesmo para desmerecer uma marca e obter o lucro da popularidade, ainda que pelo meio reverso. Nesta seara se gera um debate sobre a ética profissional, onde se questiona a validade da utilização de notícias falaciosas em detrimento de marcas e produtos.

Nisso contempla-se uma ampliação da antiga 'mentira' que 'simplesmente' aumentava qualidades e benefícios às marcas e produtos. Esse tipo de estratégia potencializa as consequências deste fenômeno, gerando críticas e preocupações aos estudiosos. A produção de notícias falsas acontece em diversas escalas. Há quem produza de forma 'amadora', sendo leigo em comunicação, e com uma prática esporádica. Outros são profissionais e tem uma estratégia mais elaborada, usam produção de jornalistas, publicitários e o uso de tecnologia de robô ou *bots*<sup>2</sup>. Existem dentre os veículos que reproduzem estas notícias os sites que são exclusivamente especialistas em produzi-las (sendo os únicos conteúdos) e os sites que veiculam tanto notícias reais quanto falsas notícias.

Sites que produzem exclusivamente *fake news*, às vezes com tons humorísticos, com notícias sensacionalistas, em alguns casos, chegam a avisar no rodapé de suas páginas que os textos não têm relação com a realidade. Contudo, mesmo com títulos descabidos, com fatos improváveis e com a utilização deste 'texto legal' muitos leitores não se atentam e às vezes nem chegam a ler esse texto ou até mesmo a abrir a matéria, apenas leem o título da matéria e toma o conteúdo como verdade.

A falta de critério também por parte do leitor/internauta é o outro grande fator que proporciona o efeito propagador das *fake news*. Cada vez mais as pessoas têm menos disposição de checar as informações antes de tomar como verdades ou até mesmo de compartilhar. É preciso registrar também, existem pessoas que mesmo sabendo que não se trata de um fato verdadeiro reproduzem a notícia, pois, para esses, o que importa é se a notícia colabora ou não com suas ideologias.

Para Grijelmo (2017), a era da pós-verdade é preocupante, pois se tornou a era do engano e da mentira, que se propagam com muito mais facilidade, em meio a pessoas que desconfiam de tudo, mas ao mesmo tempo acreditam em qualquer coisa. O autor também cita o que seria a 'pós-mentira', que seria o entendimento de como essas mentiras conseguem ter êxito a partir de dois pontos: o primeiro, a insistência em assegurar o que se fala e segundo, descaracterizar quem desse argumento se oponha. Tudo isso fortalece a mentira, pois confere elementos da 'verdade' a elas.

Para que seja uma notícia falsa que se sustente, Grijelmo (2017) analisa algumas estratégias

<sup>2</sup> Os "bots" são softwares que realizam tarefas online automatizadas controladas diretamente por humanos com a ajuda de um pouco de automação. (Nota do autor).



utilizadas, como a insinuação: não se precisam usar dados falsos, apenas insinuá-los, e a interpretação do leitor já deduzirá o que o autor quis dizer, mas não precisou fazê-lo diretamente, até mesmo para se ‘resguardar’ a pressuposição e o subtendido (que tem como efeito propor algo como verdade sem a necessidade de questiona-lo) a falta de contexto (que pode mudar todo o sentido original do fato mas gera certa ‘veracidade’ ao texto pois usa algo que realmente aconteceu, contudo de forma distorcida) e a inversão de relevância (quando por falta de fatos concretos, transformam detalhes secundários e subjetivos em informações relevantes, noticiosas e objetivas).

Um dos fatores que proporciona o surgimento dessas notícias pode ser não somente uma má intencionalidade, mas também a busca de se posicionar o primeiro veículo a noticiar o fato. Nessa corrida por ‘furos de reportagem’ muitas vezes as informações não são checadas e não se levam em consideração os critérios de noticiabilidade e então surgem notícias que propagam informações distorcidas ou totalmente sem fundamento, mas que uma vez publicada, produzirá seus efeitos.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas - para adquirirem a existência pública de notícias. Tudo o que não corresponde a esses requisitos é ‘excluído’ (grifo original), por não ser adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional. (WOLF, 2002, p. 190).

Um dos pontos-chave das problemáticas que envolvem a *fake news* é a análise criminal desse fenômeno. Por muito tempo a internet foi conhecida popularmente como “território sem lei”, tendo em vista a falta de bases para descobrir e punir crimes cibernéticos. Contudo essa realidade vem sendo mudada, ainda que a passos lentos.

Como fatores que favorecem a impunidade de crimes cometidos no ambiente virtual estão à falta de legislação específica e despreparo técnico e operacional (por falta de investimento em capacitações), no ambiente digital, de órgãos aos quais competem a investigação e punição. Essa realidade faz com que os crimes cometidos nesse ambiente sejam julgados a partir da legislação civil comum. A situação começa a mudar, com a Lei 12.965/14, conhecida popularmente como ‘Marco Civil da Internet’, que delibera sobre direitos e deveres sobre o uso da internet no país, abordando assuntos como a privacidade dos usuários na rede. (CULTURA DIGITAL, 2014)

As *fake news* foram relevantes nas decisões políticas para presidente dos Estados Unidos da América em 2016. Uma pesquisa veiculada pelo G1 (2016)<sup>3</sup> aponta que nessas eleições as *fakenews* tiveram maior repercussão do que as notícias verdadeiras. Numa frequência diária, dos dois lados, seja do de Hillary Clinton ou de Donald Trump, eram lançadas notícias falsas nos jornais, sites, revistas e programas televisivos, passando desde o veículo pequeno, médio e até na grande mídia. Isso se devia, muitas vezes, por uma má intencionalidade que passava pelos interesses de tais veículos na eleição de um ou do outro.

Nesse caso, tendo em vista a influência do país em questão, havia um grande interesse internacional, a exemplo do governo Russo (BBC, 2017) em fortalecer a imagem criada por essas notícias para ambos os lados. Nisso se percebe uma grande problemática de como, por exemplo,

<sup>3</sup> <http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html>



controlar ou punir algo que se alastra em nível mundial e como se proteger/reagir legalmente a interferências internacionais que se utilizam dessa ferramenta como arma política e quase que de guerra.

Um fenômeno interessante que se observa nesse caso, mas que se repete em toda a esfera que envolve as *fake news* é a dinâmica que se estabelece, onde tudo depende da capacidade de discernimento e interesse de quem publica ou replica. Por vezes a notícia falsa era criada e lançada pela grande mídia e replicada pelos veículos menores que não tinham porte para checar suficientemente o fato, ou que preferia não contradizê-lo para não assumir a postura de mídia conspiratória ou de oposição. Em outros momentos as notícias falsas eram geradas em pequenos perfis nas plataformas digitais, mas eram replicados na grande mídia, que ou não checava no ímpeto de noticiar o furo, ou mesmo percebendo a falsificação da realidade, ainda assim o fazia, pois a notícia colaborava com seu interesse.

De forma semelhante, isso acontece no Brasil e sobretudo nas eleições presidenciais de 2018, que ficaram marcadas por uma atuação potencial das mídias sociais, grupos de whatsapp e o uso das *fake news* nesses espaços. Ou seja, o que estão no centro de uma verdadeira guerra cibernética onde o campo de batalha começa na internet e culmina na grande mídia, com risco de passar pelos tribunais jurídicos e onde a principal arma é a mentira travestida de verdade. Por vezes em seus discursos os políticos até replicam tais informações falsas obtidas na mídia, contudo, numa tentativa de se isentar, quem as produz, veicula e propaga não são eles, mas sim seus seguidores.

Segundo Gagnani (2017), desde 2012 já se tem ciência de grandes mobilizações em massa a partir da criação de perfis falsos para influenciar a opinião pública. Como alvo de tais notícias manipuladas, nem mesmo o ambiente religioso fica isento e cada vez mais *fake news* são produzidas para atingir essa área. Grijelmo (2017) indica que para produzir uma 'boa mentira' é preciso se valer de muitas verdades para gerar uma base de credibilidade para a notícia, que depois será distorcida. E nesse ambiente o principal meio do qual se vale é a credibilidade e grande reputação dos líderes religiosos, gerando notícias críveis e com grande potencial de expansão.

Por vezes se utilizam dos discursos desses líderes, quando dizem respeito a temas que envolvam a sociedade em geral ou temas mais polêmicos ligados a fé, e se valem das situações reais em que foram registradas essas falas. Mas distorcem o seu real sentido, seja a partir de um recorte de fala utilizado em outro contexto, ou tratando o tema de forma tendenciosa, com uma livre e desmedida interpretação destas falas, chegando por vezes a conclusões totalmente distorcidas da intenção original.

O Papa Francisco tem sido alvo de muitas dessas notícias falsas. O interesse pela figura do pontífice se dá por diversos fatores, desde o ser líder mundial da igreja Católica Romana, chefe do estado do Vaticano, ao seu carisma e falas que pontuam diversos aspectos para além do que se imagina ser o limite da fala religiosa. Por vezes, na esperança de que o pontífice altere a posição da Igreja em relação a certos assuntos, ou no desejo de que o mesmo seja um representante de causas que interessam a determinados grupos. Os produtores dessas notícias transformam essas expectativas em matérias, trazendo a figura do Papa como fator atrativo e base de credibilidade.



Segundo o G1 (2017)<sup>4</sup> em uma pesquisa do BuzzFeed, uma das duas *fake news* que mais repercutiu no período eleitoral norte americano, em 2016, foi a que diz que o “Papa Francisco choca o mundo e apóia Donald Trump”. As notícias falsas incomodam o pontífice, não só pelas que lhe atingem, mas porque são como instrumento que atentam contra a verdade.

## Material e métodos

O presente trabalho contou com uma revisão bibliográfica, fundamentada em livros e artigos de periódicos. A seleção do material aplicado ao estudo deu-se, em meio eletrônico, por meio da prospecção utilizando as palavras-chave “*fake news*”, “*notícias*” e “*cibercultura*”. Os descritores foram submetidos conjuntamente no site de buscas e os resultados obtidos foram analisados quanto à fidedignidade das fontes e pertinência ao tema abordado, sendo que o primeiro critério de avaliação foi por meio dos títulos dos artigos, sendo posteriormente avaliada a qualidade e convergência temática.

Quanto aos livros, a escolha deu-se com base no conhecimento oriundo da leitura dos mesmos, realizada anteriormente, e que indicou a possibilidade de aplicação dos mesmos à pesquisa. Após a coleta das informações, foram excluídas as que indicavam uma abordagem repetitiva ou redundante, sendo, por derradeiro, elaborado o texto final do trabalho.

## Resultados e discussão

A partir das considerações trazidas pelos autores pesquisados, pôde-se constatar a relevância da análise a respeito das *fake news*, considerando-as como resultados da expansão da tecnologia e das consequências das mudanças culturais ocorridas. O universo de informações citado por Lévy (1999) passa a atuar não apenas de modo neutro, positivo ou construtivo, mas valendo-se da tecnologia, enquanto produto da sociedade, conforme afirmação do autor, passa a alcançar uma dimensão ainda maior no contexto das relações sociais.

A mentira representada pelas *fake news*, que passam a configurar a era da pós-verdade citada por Grijelmo (2017), apresenta-se como algo preocupante quanto às suas consequências. Ainda que se possa observar a existência de objetivos diversos na propagação de *fake news*, não se restringindo à busca do prejuízo moral ou econômico de outrem, importa considerar que mesmo quando aplicada à obtenção da noticiabilidade, esta falsa notícia não se apresenta neutra quanto às consequências. A característica de criminalidade e inidoneidade intrínseca à propagação de notícias falsas conquista sua afirmação a partir da publicação do Marco Civil da Internet.

Todavia, diante da observação das proporções mundiais do fenômeno e das consequências

<sup>4</sup> <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.uc9gevywE>



verificadas no Brasil, mormente por ocasião das eleições de 2018, observa-se a dificuldade de punição aos culpados diretos por tal veiculação, considerando a existência da figura dos seguidores, a quem é geralmente atribuída a ação. Juntam-se a esta dificuldade a utilização dos perfis falsos, citados por Gragnani (2017), e a consideração de que as notícias falsas, muitas vezes, possuem repercussão maior que aquelas que refletem fatos ou situações reais, como nos casos que envolveram a eleição brasileira, a eleição norte-americana e o Papa Francisco.

A ausência de compromisso quanto à ética e a verdade podem ser consideradas como sínteses da disseminação das *fake news*, podendo-se afirmar a necessidade de punição de todos os envolvidos, mas principalmente da conscientização da sociedade sobre as consequências deletérias desse tipo de ação e da necessidade de se saber separar esse tipo de notícias das notícias verdadeiras.

## Conclusões

Longe de querer explicar todas as questões referentes às *fake news*, entendemos que a temática é um desafio para pesquisa, estudo e projeção de resultados. O fenômeno está movimentando o processo comunicacional, direcionando outros formatos de produção e provocando reações adversas e inovadoras no campo da comunicação.

Compreendemos que a tendência para o aprimoramento dos estudos e das pesquisas seja fortalecer o processo de produção das informações considerando que o conteúdo bem elaborado, apurado e acompanhado de critérios noticiosos de relevância social pode contribuir para diferenciar conteúdos tendenciosos e mal elaborados, sem apuração.

As limitações inerentes ao presente estudo possuem sua origem na escassez de trabalhos sobre o tema, de recente exploração por parte da comunidade científica. Como o processo de estudo desse fenômeno ainda está sendo vivenciado, artigos e trabalhos acadêmicos nessa linha ajudam a construção de outros saberes sobre a temática. Sugere-se, inclusive, a realização de pesquisas que abordem especificamente a realidade brasileira, considerando os aspectos políticos, sociais e jurídicos da questão, bem como as possíveis iniciativas para se minimizarem os efeitos da prática.

## Referências

ALVES, Gabriel. **Cientistas buscam estratégias para lutar contra 'fake news'**. Folha de São Paulo, 12 de março de 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2017/03/1865611-cientistas-buscam-estrategias-para-lutar-contrafake-news.shtml>>. Acesso em: 01 de nov. 2018.

BBC Brasil. **Por que os serviços de inteligência dos EUA acham que a Rússia interferiu na eleição de Trump**. 7 de janeiro de 2017 Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/internacional-38525951>> Acesso em: 09 dez. 2018.





CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CULTURA DIGITAL. **Marco Civil da Internet entre em vigor**. 23 de junho de 2014. Disponível em: <<http://culturadigital.br/marcocivil/2014/06/23/marco-civil-da-internet-entraemvigor/>> Acesso em 09 dez. 2018.

G1. São Paulo. **Notícias falsas sobre eleição nos EUA têm mais alcance que notícias reais**. 17 de novembro de 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-noseua/2016/noticia/2016/11/noticiasfalsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticiasreais.html>> Acesso em: 09 dez. 2017.

GRAGNANI, Juliana. **Exclusivo: investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil**. BBC Brasil, 8 de dezembro de 2017. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146>>. Acesso em: 09 dez. 2018.

GRIJELMO, Àlex. **A arte de manipular multidões**. 28 de agosto de 2017. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/22/opinion/1503395946\\_889112.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/22/opinion/1503395946_889112.html)> Acesso em: 01 nov. 2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 2ª ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

SIMÕES, Isabella de Araújo Garcia. **A Sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação**. 2009. Disponível em: Acesso em: 15 de julho de 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 7. ed. Lisboa (Portugal): Presença, 2002.