



O PENSAMENTO CRÍTICO E AS *FAKE NEWS*: REFLEXOS PARA A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO DE INTELIGÊNCIA

Autores:

- Kensei Arashiro¹
- Tiaraju Kanomata de Mesquita²

A existência de notícias falsas é um tema antigo e algo com que a imprensa sempre buscou lidar. Todavia, verifica-se que a proliferação das chamadas *Fake News* - notícias falsas - aumentou exponencialmente com a consolidação da internet no cotidiano das pessoas (SOUZA, 2017).

Teorias fundamentais de tomada de decisão, de cooperação, de comunicação, e de mercado visualizam alguma conceituação de verdade ou precisão como elemento central para o funcionamento de quase todos esforços humanos. No entanto, atualmente, tanto a informação verdadeira como a falsa se espalham rapidamente através da mídia online. Assim, definir o que é verdadeiro e o que é falso tornou-se uma estratégia política, substituindo debates baseados em um conjunto de fatos mutuamente acordados (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018).

O Pensamento Crítico é uma ferramenta eficiente para o reconhecimento de notícias falsas. Para Kleinsmith (2017a), a identificação de fontes e conteúdos questionáveis de informação, tanto no ambiente de trabalho como na vida cotidiana, passa pelo aprendizado do emprego de habilidades de Pensamento Crítico. Da mesma forma, a *University of Michigan's Global Change Courses* (2017) ressalta a existência de métodos, fundados no Pensamento Crítico, para identificar notícias falsas.

Nesse cenário de proliferação de notícias falsas, a Produção do Conhecimento de Inteligência torna-se mais complexa, uma vez que essa atividade utiliza

parcela de dados e informações em fontes abertas. Na visão de Kleinsmith (2017a), atualmente, as fontes abertas constituem a maior fonte de informações de que muitos analistas usam ou têm acesso. No tocante às mídias de notícias, em particular, existe uma quantidade cada vez maior de informações de código aberto.

Assim, surge o questionamento se, no escopo da Produção do Conhecimento de Inteligência, a sua metodologia privilegia a utilização do Pensamento Crítico. A hipótese levantada é de que o uso do Método para a Produção do Conhecimento exige do analista a capacidade de pensar criticamente.

A presente pesquisa qualitativa utilizou a revisão bibliográfica e documental sobre o tema, com o propósito de, a partir da análise da utilização do Pensamento Crítico, ante o fenômeno das *Fake News*, confirmar a pertinência desse modo de pensar na Metodologia para a Produção do Conhecimento.

Inicialmente, o presente artigo procurou definir e caracterizar a questão das *Fake News*. Posteriormente, foi abordado o papel do Pensamento Crítico como forma de prevenção dos prejuízos decorrentes da disseminação de notícias falsas. Na sequência, o trabalho volta-se para a análise da aplicação cuidadosa da razão na determinação da veracidade de uma afirmação, no âmbito da Metodologia para a Produção do Conhecimento. Por fim, as conclusões a respeito do tema foram evidenciadas.

¹Oficial de Artilharia do Exército Brasileiro - Academia Militar das Agulhas Negras - Pós-Graduado em Operações Militares - Escola de Comando e Estado-Maior do Exército - arashiro.kensei@eb.mil.br

²Oficial de Artilharia do Exército Brasileiro - Academia Militar das Agulhas Negras - Pós-Graduado em Operações Militares - Escola de Comando e Estado-Maior do Exército - tiaraju.kanomata@eb.mil.br



1. FAKE NEWS

1.1. Definição

Nos últimos anos, surgiu, na política norte-americana e no ambiente acadêmico, uma terminologia fluida em torno de *Fake News*, por intermédio de intervenções estrangeiras na política dos Estados Unidos da América através da utilização das mídias sociais, e em torno do entendimento do que se constitui notícia, notícia enganosa, notícia falsa, rumor em cascata e outros termos relacionados (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018).

De fato, *Fake News* foi um termo amplamente usado, nos EUA, por Donald Trump na ocasião de sua campanha presidencial, em 2016, em geral para se referir a notícias negativas sobre a sua pessoa. Entretanto, o termo passou a ser usado em escala mundial e, em 2017, as menções à *Fake News* aumentaram 365%. Assim, a expressão se consolidou e foi eleita a palavra do ano, pelo dicionário da editora britânica Collins (BBC BRASIL, 2017).

Segundo Collins (2018), *Fake News* é a informação falsa, muitas vezes sensacionalista, disseminada sob disfarce de notícias. Observa-se que, muitas vezes, o grau de sofisticação das notícias falsas as torna verossímeis e plausíveis, sendo fácil aceitá-las como verdadeiras. Luciano Pires, por sua vez, define *Fake News* da seguinte forma:

[...] o termo diz respeito a sites e blogs que publicam intencionalmente notícias para combater algum alvo, normalmente político. Eles também copiam notícias verdadeiras de outros veículos, mas mudam as manchetes, ou colocando algo sensacionalista para atrair leitores. (PIRES, 2017).

A intenção deliberada de enganar é crucial para a definição do que é *Fake News*. Desta forma, o autor afirma que o termo não se refere a: 1) artigos satíricos ou humorísticos na internet, que comentem as notícias satirizando-as. Nesses casos, o autor tem a intenção de informar e divertir; 2) qualquer notícia cuja falsidade é óbvia e de senso comum; ou 3) um artigo cujo conteúdo você não concorda

(SKILLSYOU NEED, 2018).

É interessante mencionar que Vosoughi, Roy e Aral (2018, p. 1146) consideram que, inicialmente, foi apropriado relacionar o termo *Fake News* ao grau de veracidade de uma notícia. Todavia, eles acreditam que a expressão foi banalizada em meio ao atual clima político e midiático. Como os políticos implementaram a estratégia de rotular fontes de notícias que não apoiam suas posições como “não confiáveis” ou “falsas”, o termo *Fake News* perdeu a conexão com o grau de veracidade da informação apresentada, tornando-o sem sentido para o uso acadêmico. Os autores evitam o termo *Fake News* e, ao invés, usam os termos objetivamente mais verificáveis: “*true news*” (notícias verdadeiras) ou “*false news*” (notícias falsas).

1.2. Casos de disseminação de notícias falsas

Kleinsmith (2017b) é incisivo ao afirmar que o tema *Fake News*, embora possa parecer um fenômeno moderno, não é novidade. Para o autor, trata-se de nomenclatura recente para a desinformação e a propaganda, que buscam enganar o alvo e espalhar mentiras.

De fato, um famoso caso histórico vinculado ao tema ocorreu em 1917, durante a Primeira Guerra Mundial, quando os jornais *The Times* e *Daily Mail* publicaram relatos de fontes anônimas, que alegavam ter visitado uma fábrica chamada *Kadaverwertungsanstalt*, na Alemanha. Segundo as matérias, essa fábrica extraía glicerina dos cadáveres caídos nos combates para fazer sabão e margarina. Anos após terminado o conflito mundial, a publicação dessa matéria foi atribuída à agência de Inteligência britânica MI7, que difundiu os textos jornalísticos como forma de propaganda (THE SOCIAL HISTORIAN, 2018).

Na atualidade, também, o uso de notícias falsas ocorre no âmbito dos conflitos bélicos. Desde o início da crise na Ucrânia, em 2014, a mídia daquele país circulou várias notícias falsas com a



intenção de atribuir à Rússia a responsabilidade pela crise na Ucrânia e pela Guerra de Donbass. Uma dessas notícias veiculou uma fotografia de rebeldes ucranianos - mortos em combate - que possuíam uma tatuagem das forças especiais russas, dando a entender que os rebeldes operavam para o exército da Rússia. Todavia, a tatuagem foi inserida na fotografia com o uso de programa de edição de imagens (STOP FAKE, 2018).

Cabe ressaltar que os exemplos históricos não se limitam ao campo militar. Um caso emblemático de notícia falsa, para fins comerciais, foi a chamada “Grande Farsa da Lua”. Em 1835, o *New York Sun* publicou artigos sobre um astrônomo da vida real e um colega fictício que, de acordo com a notícia, haviam observado a vida alienígena na lua. Os artigos de ficção atraíram com sucesso novos assinantes para o periódico. No mês seguinte, o *New York Sun* admitiu que a série tinha sido uma farsa, explicando que as histórias tinham a intenção de entreter os leitores e não os enganar (THE MUSEUM OF HOAXES, 2018).

Mais recentemente, a companhia de mídia digital americana *Buzzfeed* elegeu os 10 artigos com notícias falsas que tiveram maior repercussão no Facebook, nos EUA, no ano de 2017. Um desses artigos foi veiculado pelo site “*Real News Right Now*” contendo a notícia falsa de que o Presidente americano Donald Trump revogou o perdão judicial dado pelo ex-Presidente Barack Obama, em favor de 16 pessoas de nacionalidade turca, e ordenou a execução de 5 delas (SILVERMAN; LYTVYNENKO; PHAM, 2017).

Segundo SNOPE (2017) o artigo era satírico por natureza, como todo o conteúdo publicado pelo “*Real News Right Now*”, que não inclui um aviso indicando suas falsas reportagens. Entretanto, a notícia foi amplamente divulgada e comentada como verdadeira.

Em face do exposto, pode-se inferir que casos históricos de disseminação de notícias falsas

ocorrem, tanto no campo militar, como no meio civil, transmitindo uma inverdade para o leitor e direcionando-o a conclusões equivocadas e, por vezes, precipitadas.

1.3. O papel das mídias sociais na propagação de notícias falsas

Como se pode perceber a criação de notícias falsas está presente na história da humanidade. Todavia, na atualidade, a característica que acrescenta novidade a esse fenômeno é o fato das novas mídias sociais (*Twitter*, *Facebook*, *Whatsapp*, dentre outras) permitirem o rápido compartilhamento de informações, sejam elas falsas ou verdadeiras. Esse cenário tem ocasionado a propagação de notícias imprecisas e desorientadoras em cascata, criando condições favoráveis para a disseminação de boatos. Paradoxalmente, embora cada vez mais o acesso à informação é guiado pelas mídias sociais, pouco se sabe sobre sua contribuição para a propagação de falsidade online (VOSOUGHI; ROY ; ARAL, 2018).

Recentemente, a revista norte-americana “*Science Magazine*” publicou uma pesquisa inédita sobre o papel das mídias sociais na disseminação de notícias verdadeiras ou falsas, sendo considerada a mais ampla já realizada nessa temática (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018).

O referido estudo foi realizado por pesquisadores do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) os quais investigaram a difusão de notícias verdadeiras e falsas pelo Twitter de 2006 a 2017. Os dados da pesquisa compreenderam aproximadamente 126.000 notícias *tweetadas* por cerca de 3 milhões de pessoas, mais de 4,5 milhões de vezes. As notícias foram classificadas como verdadeiras ou falsas usando informações de seis organizações independentes de verificação de fatos (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018).



As conclusões de Vosoughi, Roy e Aral (2018) foram as seguintes:

- as notícias mais compartilhadas foram as relacionadas com temas políticos, seguidas pelas notícias sobre lendas urbanas. Na sequência, e seguindo a ordem apareceram os temas: negócios; terrorismo e guerra; ciência e tecnologia, entretenimento e, por fim, desastres naturais;

- por intermédio das mídias sociais, as notícias falsas são difundidas com maior alcance, de maneira mais rápida, com maior profundidade e maior amplitude do que as notícias verídicas;

- a constatação anterior é mais intensa em relação às notícias de natureza política, do que em relação às notícias sobre terrorismo, desastres naturais, ciência, lendas urbanas ou informações financeiras;

- as pessoas que disseminam notícias falsas, por intermédio das mídias sociais, têm menos seguidores, seguem menos gente, são menos ativos e estão no *Twitter* a menos tempo, em comparação com os usuários que replicam notícias verdadeiras;

- as notícias falsas difundidas são mais novas em relação às notícias verdadeiras disseminadas, o que sugere que as pessoas são mais propensas a partilhar novas informações. Segundo os pesquisadores, a informação nova é surpreendente e, também, valiosa, tanto de uma perspectiva teórica (pois fornece maior auxílio à tomada de decisões) quanto de uma perspectiva social (na medida em que transmite status social em saber ou ter acesso a informações “privilegiadas” exclusivas);

- notícias falsas inspiraram medo, desgosto e surpresa nas respostas;

- notícias verdadeiras provocaram tristeza, alegria e confiança; e

- ao contrário da sabedoria convencional, os robôs aceleraram a propagação de notícias verdadeiras e falsas à mesma taxa, implicando que as notícias falsas se disseminaram mais do que a verdade porque os humanos, não os robôs, são mais

propensos a disseminá-las.

Pelo exposto, verifica-se que a propagação das *Fake News* nas mídias sociais, potencializadas pelo uso de robôs, atingiu números expressivos, sendo parte do cotidiano do usuário da rede mundial de computadores. Pode-se inferir que, um internauta menos atento, facilmente poderá compartilhar uma notícia falsa, corroborando para a difusão da mesma.

1.4. Tipologia e motivações das notícias falsas

Verstraete, Bambauer, D. e Bambauer, J. (2017) especificam diferentes categorias de notícias falsas com base em seu conteúdo, motivação e intenção (Quadro 1), fornecendo uma estratégia de enquadramento útil para as discussões. As categorias são as seguintes:

- sátira: possui conteúdo intencionalmente falso, é financeiramente motivado, e não há pretensão de enganar os leitores;

- humor: possui conteúdo intencionalmente falso, é culturalmente motivado e não tem a pretensão de enganar os leitores;

- hoax (boato ou farsa): possui conteúdo falso, é financeiramente motivado e destina-se a enganar os leitores;

- propaganda: possui conteúdo tendencioso ou falso, é motivado por uma tentativa de promover uma causa política ou ponto de vista, e destina-se a enganar os leitores; e

- *trolling* (trolar, zoar) ou *lulz* (decorrente de “*Lol*” que significa “*laughing out loud*”, em português, “rindo alto”): possui conteúdo tendencioso ou falso, é motivado pela tentativa de fazer humor enganando o leitor. O humor reside diretamente no fato do leitor ser enganado.

A partir das definições dos tipos de *Fake News*, foi construída a matriz abaixo, (Quadro 1), que organiza os diferentes tipos de *Fake News* de acordo com os seus atributos distintivos. As duas características definidoras usadas para identificar espécies de notícias falsas são: se o autor pretende



enganar os leitores; e se a recompensa de notícias falsas é motivada por interesses financeiros ou não (VERSTRAETE, BAMBAUER, D. e BAMBAUER, J., 2017).

| | | INTENÇÃO | |
|-----------|----------------|----------------------------|-------------|
| | | ENGANAR | NÃO ENGANAR |
| MOTIVAÇÃO | FINANCEIRA | - Hoax | - Sátira |
| | NÃO FINANCEIRA | - Propaganda - Trolling | - Humor |

Quadro 1: Categorias de notícias falsas com base em seu conteúdo, motivação e intenção

Fonte: Verstraete, Bambauer, D. e Bambauer, J. (2017)

Segundo os autores, essa matriz não pretende implicar que o engano e as motivações financeiras são estados binários, podendo admitir graus ou existir em um espectro.

Wardle (2017) propõe uma tipologia de notícias falsas mais elaborada e complexa que passa pela necessidade de reconhecer a precariedade do termo *Fake News*. A pesquisadora entende que a expressão não possui sentido para o ambiente acadêmico, pois a palavra “*fake*” (falso) não descreve a complexidade da distinção entre má informação (o compartilhamento inadvertido de informações falsas) e a desinformação (a criação deliberada e o compartilhamento de informações conhecidas como falsas). Além disso, o termo “*news*” (notícia) não abarca o complexo ambiente de informação.

Assim, Wardle (2017) considera sete tipos distintos de conteúdo problemático que estão dentro do que é chamado de ecossistema de informações falsas. Eles se assentam em uma escala que mede a intenção de enganar e são os abaixo especificados:

- sátira ou paródia: notícia que não tem intenção de causar dano, mas tem potencial para enganar;

- falsa conexão: quando as manchetes, os recursos visuais e as legendas não são compatíveis com o conteúdo;

- conteúdo enganoso: uso enganoso de

informações para enquadrar uma questão ou um indivíduo;

- falso contexto: quando um conteúdo genuíno é compartilhado com informações contextuais falsas;

- conteúdo impostor: quando o conteúdo é atribuído as fontes diferentes das genuínas;

- conteúdo manipulado: quando a informação ou imagem genuínas são manipuladas para enganar; e

- conteúdo fabricado: o conteúdo da notícia é 100% falso e projetado para enganar e prejudicar.

Ainda segundo Wardle (2017), é necessário perceber o porquê da produção de informações de conteúdo falso, elenca as seguintes motivações: jornalismo precário; para parodiar; para provocar ou punir; paixão; partidarismo; lucro; influência política; e propaganda.

De acordo com Wardle (2017), trata-se de um trabalho em andamento, todavia, depois de começar a dividir essas categorias de motivações e mapeá-las nos diferentes tipos de informações falsas, é possível entender os padrões distintos em termos dos tipos de conteúdo criados para fins específicos, conforme a matriz constante do Quadro 2.

No que se refere a motivação das pessoas em reproduzir as notícias falsas que recebem, algumas compartilham involuntariamente nas redes sociais, sem checagem. Parte disso está sendo amplificado por jornalistas que estão agora sob pressão para tentar fazer sentido e relatar com precisão as informações que surgem na rede social em tempo real. Outra parte está sendo eliminada por grupos fracamente conectados que estão deliberadamente tentando influenciar a opinião pública, e parte dela está sendo disseminada como parte de sofisticadas campanhas de desinformação, através de redes de usuários e de robôs (WARDLE 2017).



| | Sátira ou paródia | Falsa conexão | Conteúdo enganoso | Falso contexto | Conteúdo impostor | Conteúdo manipulado | Conteúdo fabricado |
|------------------------|-------------------|---------------|-------------------|----------------|-------------------|---------------------|--------------------|
| Jornalismo precário | | ✓ | ✓ | ✓ | | | |
| Para parodiar | ✓ | | | | ✓ | | ✓ |
| Para provocar ou punir | | | | | ✓ | ✓ | ✓ |
| Paixão | | | | ✓ | | | |
| Partidarismo | | | ✓ | ✓ | | | |
| Lucro | | ✓ | | | ✓ | | ✓ |
| Influência política | | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ |
| Propaganda | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Quadro 2: motivações presentes nos tipos de notícias com conteúdo problemático
Fonte: Wardle (2017)

De acordo com Kleinsmith (2017b), pode-se identificar a dissimulação e a propaganda como motivações para a difusão de *Fake News*. De fato, Pherson, K. e Pherson, R. (2013) identificam que o uso da dissimulação e da propaganda são ameaças para o trabalho de um analista de inteligência.

A dissimulação é planejada “para enganar o adversário, manipulando, distorcendo ou falsificando provas, a fim de induzi-lo a reagir de maneira a favorecer as forças amigas.” (BRASIL, 1999).

A propaganda, por sua vez é:

[...] a difusão de qualquer informação, ideia, doutrina ou apelo especial, visando gerar emoções, provocar atitudes, influenciar opiniões ou dirigir o comportamento de indivíduos ou grupos, a fim de beneficiar, direta ou indiretamente, quem a promoveu. (BRASIL, 2017).

1.5. Ameaças e oportunidades do cenário de disseminação de notícias falsas

No campo das ameaças, a *University of Michigan's Global Change Courses* (2017) assinala a existência de profissionais que criam notícias falsas e selecionam informações, visando a disseminação de acordo com uma agenda definida, mas geralmente oculta.

Assim, essa dinâmica de propagação de notícias falsas tem ameaçado indivíduos, sociedades e até mesmo relações governamentais

internacionais. Por exemplo, em 2016, um homem disparou uma arma automática em uma pizzaria, em Nova York, que foi alvo de uma conspiração de notícias falsas. No mesmo ano, um ministro paquistanês foi enganado por uma notícia falsa, levando-o a ameaçar Israel com uma guerra nuclear (*UNIVERSITY OF MICHIGAN'S GLOBAL CHANGE COURSES*, 2017).

Não se pode deixar de reconhecer as ameaças à democracia, dadas as mentiras que se espalham rapidamente nas mídias sociais que cercam as campanhas políticas, incluindo, inclusive, ameaças de governos estrangeiros, desinformação dos eleitores e desinformação sobre questões cívicas. Além disso, a tendência de negação crescente da ciência, por intermédio de notícias falsas, ameaça diretamente a sustentabilidade das sociedades e do planeta (*UNIVERSITY OF MICHIGAN'S GLOBAL CHANGE COURSES*, 2017).

Para Silva (2017), por outro lado, o cenário de produção e disseminação indiscriminada de notícias falsas tem ocasionado a preocupação generalizada dos meios de comunicações com o assunto, bem como provocado cobranças incisivas da sociedade por critérios no jornalismo digital.

Esse cenário de sobrevivência dos meios de comunicação abre uma janela de oportunidade

para a atividade jornalística, na medida em que aproveitam esse momento para reforçar suas qualidades de critério e credibilidade, apoiando-se muitas vezes na publicidade e na popularização de ferramentas funcionais de checagem (SILVA, 2017).

De acordo com o levantamento realizado pelo Instituto Reuters para Estudo do Jornalismo na Universidade de Oxford, 70% dos executivos de comunicação de 24 países, incluindo o Brasil, acreditam que o fenômeno *Fake News* servirá para fortalecer o jornalismo (SILVA, 2017).

Por fim, campanhas de conscientização para o reconhecimento de notícias falsas têm incentivado as pessoas a realizar uma leitura crítica das notícias (SILVA, 2017).

2. PENSAMENTO CRÍTICO COMO INSTRUMENTO DE IDENTIFICAÇÃO DE FAKE NEWS

2.1. Pensamento crítico

Elder e Paul (2014) entendem que o ato de pensar pertence à essência do ser humano. Todavia, o pensamento das pessoas é naturalmente preconceituoso, distorcido, parcial, desinformado ou prejudicado. Ocorre que a qualidade da vida dos indivíduos e daquilo do que ele produz, fabrica ou constrói depende precisamente da qualidade do seu pensamento. A excelência em pensamento, portanto deve ser sistematicamente cultivada. Desta maneira, os autores indicam a importância do Pensamento Crítico entendido como a arte de analisar e avaliar o pensamento com vista a melhorá-lo.

Essa forma de pensar é conceituada como:

[...] o exame e o teste de proposições de qualquer espécie que são oferecidos para aceitação, a fim de descobrir se correspondem à realidade ou não. A faculdade crítica é um produto da educação e treinamento. É um hábito mental e um poder. É uma condição primordial do bem-estar humano, para a qual homens e mulheres podem ser treinados. É a nossa única garantia contra a ilusão, o engano, a superstição e a incompreensão de nós mesmos e de nossas circunstâncias terrenas (SUMNER, 1940 apud ELDER; PAUL, 2013).

De acordo com *The Foundation for Critical Thinking* (2018), o Pensamento Crítico é o processo intelectualmente disciplinado de ativamente e habilidosamente conceituar, aplicar, analisar, sintetizar e/ou avaliar informações obtidas ou geradas por experiência, observação, reflexão, raciocínio ou comunicação como um guia para a crença e a ação.

Para Elder e Paul (2014), uma pessoa que desenvolve habilidades de Pensamento Crítico adquire uma forma de pensar melhor elaborada.

Um pensador crítico bem desenvolvido:

- levanta questões e problemas vitais, formulando-as de forma clara e precisa;
- reúne e avalia informações relevantes, usando ideias abstratas para interpretá-los efetivamente;
- chega a conclusões e soluções bem fundamentadas, testando-as contra critérios e padrões relevantes;
- pensa de maneira aberta dentro de sistemas alternativos de pensamento, reconhecendo e avaliando, conforme necessário, suas suposições, implicações e consequências; e
- comunica-se eficazmente com os outros na descoberta de soluções para problemas.

O pensamento crítico é, em resumo, autodirigido, autodisciplinado, automonitorado, e autocorretivo de pensar. Requer rigorosos padrões de excelência e comando consciente de seu uso. Implica uma comunicação eficaz e habilidades para resolver problemas e um compromisso para superar o egocentrismo nativo e sociocentrismo (ELDER; PAUL, 2014).

Neste sentido, Elder e Paul (2014) também afirmam que os pensadores críticos aplicam padrões intelectuais nos elementos do raciocínio para desenvolver traços intelectuais, conforme a Figura 1 abaixo.

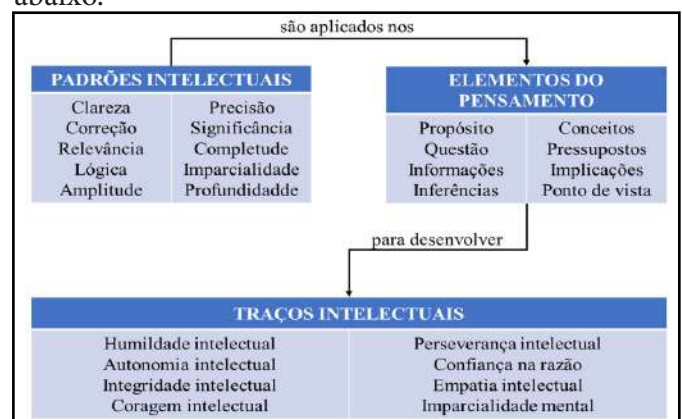


Figura 1: Padrões Intelectuais, Elementos do Pensamento e Traços Intelectuais

Fonte: Elder e Paul (2014)



Allen e Gerras (2010), no artigo Como Desenvolver Pensadores Criativos e Críticos, ao definirem Pensamento Crítico destacam sua importância para a tomada de decisões conscientes da seguinte forma:

Fundamentalmente, o pensamento crítico é a tomada consciente de decisões. Estas podem ser acerca de como agir em geral, como no caso das regras morais. Ou acerca do que fazer num dado instante, para resolver um problema ou atingir um objetivo. Também podem ser decisões acerca das opiniões que formamos, das hipóteses que aceitamos ou rejeitamos e até acerca dos métodos que usamos para tomar essas decisões. (ALLEN; GERRAS, 2010, p 33).

Moore e Parker (2009) entendem, de uma maneira menos abrangente, que “o Pensamento Crítico é a aplicação cuidadosa da razão na determinação da veracidade de uma afirmação”.

Contudo, cabe precaver que o termo “crítico” não deve ser entendido de maneira pejorativa, Cunha e Souza (2016) advertem:

Pensar criticamente é ter a capacidade de argumentar, indagar, duvidar. Geralmente, quando se refere a uma situação como crítica lhe quer atribuir o sinônimo de gravidade, quando se fala que uma pessoa é crítica, relaciona-se como uma pessoa inconveniente, que está sempre apresentando ponto de vista ao contrário aos demais, e diferente disto, quem pensa criticamente deve ser capaz de analisar um fato por diversos ângulos e pontos de vista, e então, ser capaz de tirar conclusões mais acertadas a respeito das informações que estão diante de si, ou que foram buscadas, sendo ainda capaz de argumentar a respeito. (CUNHA e SOUZA 2016- p 35).

No âmbito do Exército Brasileiro, o Manual EB20-MC-10.211 - Processo de Planejamento e a Condução das Operações Terrestres - define o Pensamento Crítico da seguinte forma:

[...] um processo mental que consiste em um julgamento objetivo e reflexivo para se chegar, mediante a combinação de conhecimento e inteligência, à posição mais razoável e justificada sobre determinado tema. (BRASIL, 2014).

Cabe mencionar que a utilização do Pensamento Crítico pode ser caracterizada pelo uso de modelos teóricos, que são “construções hipotéticas, teorizadas, modos de explicação que

servem para a análise ou esclarecimento de uma realidade concreta.” (JAPIASSU; MARCONDES, 1989 apud JÚNIOR, 1999).

Nesse sentido, Pherson, K. e Pherson, R. (2013), ao tratarem do Pensamento Crítico para a Inteligência Estratégica, afirmam que modelos ajudam os analistas a focar nos elementos críticos de uma questão e visualizar o problema de maneira holística e em todas as suas dimensões.

Modelos matemáticos eliminam o material não essencial para que os analistas possam ver os principais elementos operacionais de uma situação ou os principais elementos estruturais de um argumento. Modelos visuais reduzem um problema ou um processo nos seus elementos essenciais e retratam graficamente a maneira exata como eles se inter-relacionam. [...] Modelos ajudam, de muitas formas, os analistas a organizarem suas pesquisas por informações. Modelos bem construídos podem capturar a dinâmica abrangente de uma situação, bem como as suas partes internas críticas. Eles ajudam o analista das seguintes formas:

- identificar todas partes conhecidas de um problema e apresentá-las com um significado abrangente e mutuamente exclusivo;
- determinar se existem vazios chaves de informação e organizar estratégias de pesquisa para preencher esses vazios; e
- gerar requisitos de coleta de informações fortemente focados em fundamentos subjacentes. (PHERSON, K.; PHERSON, R., 2013).

2.2. A utilização do pensamento crítico na avaliação de uma notícia

Como já foi anteriormente pontuado no presente trabalho, as *Fake News* possuem problemas com a veracidade dos fatos que narram, pois, esse tipo de comunicação trata de “[...] informação falsa, muitas vezes sensacional, disseminada sob disfarce de notícias. Observa-se que, muitas vezes, o grau de sofisticação das notícias falsas as torna verossímeis e plausíveis, sendo fácil aceitá-las como verdadeiras.” (COLLINS, 2018).

Para os analistas de Inteligência que contam com os principais meios de comunicação como fonte de informação de código aberto - *Open Source Intelligence* (OSINT) - esse nível de desconfiança, acerca da veracidade das notícias, têm implicações



significativas e permanentes em como fazer o seu trabalho (KLEINSMITH, 2017a).

Todavia, Kleinsmith (2017b) considera que os métodos de Pensamento Crítico ajudam o analista de Inteligência a lidar com essa problemática.

A verdadeira tragédia das *Fake News* é que as pessoas permitem que elas proliferem por meio de seus vieses inerentes, bem como por intermédio de suas incapacidades (ou falta de motivação) para avaliar criticamente as notícias com as quais são bombardeadas todos os dias. Um dos catalisadores para notícias falsas é algo chamado viés de confirmação. O viés de confirmação é a tendência natural para que os indivíduos busquem ativamente informações que estejam alinhadas com seus preconceitos ou opiniões existentes. Por exemplo, se uma pessoa realmente se opuser ou não gostar de alguém ou de algo baseado em sua ideologia política, essa pessoa vai buscar, inerentemente, notícias que ajudem a reforçar essa crença. Qualquer informação que seja contrária ou representa “fatos alternativos” é ignorada ou desconsiderada quase tão logo seja introduzida. Superar o viés de confirmação, juntamente com todos os outros tipos de preconceitos e percepções equivocadas, **requer métodos de pensamento crítico e processos de avaliação.** (KLEINSMITH, 2017b, grifo nosso).

Moore e Parker (2009), da mesma forma, indicam que as habilidades de Pensamento Crítico constituem ferramentas relevantes para a determinação da veracidade de uma afirmação. Para os autores, essa tarefa envolve dois campos de verificação: o primeiro é o campo da fonte da afirmação, e o segundo campo trata da afirmação em si, ou seja, do seu conteúdo.

Pherson, K. e Pherson, R. (2013), ao discorrerem sobre a utilização do Pensamento Crítico para a avaliação da veracidade de uma informação, constata que, tradicionalmente, diversas agências militares e civis de Inteligência utilizam modelos teóricos que focam nos elementos críticos da questão: a confiabilidade da fonte e a credibilidade do conteúdo. Baseado nesses critérios, cada produto de Inteligência recebe uma avaliação alfanumérica, que reflete o nível de convicção da agência acerca da veracidade da informação.

A título de exemplo, o Canadá utiliza o modelo teórico - conhecido como *Admiralty Grading System* - representado no Quadro 3.

| Avaliação da confiabilidade da fonte | | Descrição | Avaliação da credibilidade do conteúdo | | Descrição |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--|--|--|---|
| A | Completamente confiável | Nenhuma dúvida da autenticidade, fidedignidade ou competência. A fonte tem um histórico de completa confiabilidade. | 1 | Confirmado por outras fontes | Confirmado por fontes independentes; lógica em si; consistente com outra informação do assunto. |
| B | Geralmente confiável | Menor dúvida sobre a autenticidade, fidedignidade ou competência. A fonte tem um histórico informação válida na maioria das vezes. | 2 | Provavelmente verdadeiro | Não confirmada; lógica em si; consistente com outra informação do assunto. |
| C | Normalmente confiável | Dúvida sobre a autenticidade, fidedignidade ou competência. No entanto, a fonte ofertou informações válidas no passado. | 3 | Possivelmente verdadeiro | Não confirmada; razoavelmente lógica em si; confere com algumas outras informações sobre o assunto. |
| D | Geralmente não confiável | Significante dúvida sobre a autenticidade, fidedignidade ou competência. No entanto, a fonte ofertou informações válidas no passado. | 4 | Duvidoso | Não confirmada; possível, mas não é lógica; não há outra informação sobre o assunto. |
| E | Não confiável | Falta de autenticidade, fidedignidade ou competência. A fonte, historicamente, ofertou informações inválidas. | 5 | Improvável | Não confirmada; não é lógica em si; contradiz com outra informação do assunto. |
| F | Confiabilidade não pode ser julgada | Não existe base para avaliar a confiança na fonte. | 6 | Credibilidade do conteúdo não pode ser julgado | Não existem bases para avaliar a validade da informação. |

Quadro 3: Escala Canadense de Avaliação da Confiabilidade da Fonte e Credibilidade da Informação
Fonte: Pherson, K. e Pherson, R. (2013)



Em 2012, os canadenses expandiram esse modelo, desenvolvendo a Matriz de Avaliação da Confiabilidade da Fonte e Precisão da Informação, com o objetivo de incorporá-la no conjunto de ferramentas de análise de redes sociais, utilizadas pela Escola de Inteligência

Militar daquele país. Essa matriz, (Quadro 4), elenca os critérios que os analistas devem usar, e estabelece quantos desses critérios precisam ser verificados para garantir uma avaliação específica da informação (PHERSON, K.; PHERSON, R., 2013).

| Escola de avaliação da fonte | Escola de confiabilidade da fonte | Histórico de confiabilidade | Autenticidade da fonte/boa fé | Objetividade da fonte | Acesso da fonte à informação | Fonte NÃO vulnerável à manipulação | Número de critérios encontrados |
|---|---|---|---------------------------------|-----------------------|------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| A | Confiável | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Todos os 5 |
| B | Geralmente confiável | Sim | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Historicamente, mais de 3 |
| C | Normalmente confiável | Sim | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Historicamente, mais de 2 |
| D | Geralmente não confiável | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | De 2 a 5 |
| E | Não confiável | Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | NA |
| F | Não pode ser julgada | Não existe base para avaliar a confiança na fonte. | | | | | |
| Notas: | | | | | | | |
| 1. Para ser avaliada como "A", a autenticidade da fonte/boa-fé precisa ser verificável, e o histórico de confiança da fonte precisa ser verificado "post factum" (após o evento) ou por meios verificáveis independentes. | | | | | | | |
| 2. Para ser avaliado como "A" ou "B", o relatório da fonte deve ser confiável, sem erros significantes. | | | | | | | |
| 3. Para ser avaliado como "C", a maioria dos relatórios da fonte devem ser precisos e factíveis. | | | | | | | |
| 4. Para ser avaliado como "D", a minoria dos relatórios da fonte podem ser precisos e factíveis. | | | | | | | |
| Escola de Precisão da Informação | Classificação da Exatidão da Informação | Meios Verificáveis Independentes | Competência do Assunto da Fonte | Lógica | Prático e Plausível | Consistente | Atende ao Número de Critérios |
| 1 | Confirmado | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Todos os 5 |
| 2 | Provavelmente Verdadeiro | Não | Sim | Sim | Sim | Sim ou Não | 4 |
| 3 | Possivelmente Verdadeiro | Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | 3 |
| 4 | Duvidoso | Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | 2 |
| 5 | Improvável | Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Sim ou Não | Não | 0 ou 1 |
| 6 | Não Pode ser julgada | Não existe base para avaliar a validade da informação | | | | | |

Quadro 4: Matriz de Avaliação da Confiabilidade da Fonte e Precisão da Informação
Fonte: Pherson, K. e Pherson, R. (2013)

Particularmente, no tocante às notícias que circulam na *web* (rede mundial de computadores), Pherson, K. e Pherson, R. (2013) recomendam a aplicação cuidadosa da razão para a validação da notícia, por intermédio das melhores práticas enunciadas a seguir: utilizar o conteúdo de indivíduos ou organizações renomados; investigar

as credenciais das fontes; avaliar as qualificações e o ponto de vista da fonte; considerar o patrocínio do *site*; avaliar a proposta do *site*; distinguir entre opinião e informação verificável; verificar a atualidade da notícia e os *links*; e considerar que *websites* podem ser alterados ou desaparecer sem aviso prévio.



Para exemplificar, Pherson, K. e Pherson, R. (2013) comentam o modelo teórico na forma de *checklist*, (Quadro 5), desenvolvido pelo governo canadense para avaliar informações oriundas da *web*.

Segundo os autores, o *checklist* compele o analista a olhar além do que aparece na tela do computador, bem como a tentar determinar os possíveis vieses e agendas dos proprietários ou autores do *website*.

| Nome do website: URL / Address: http:// | Confiabilidade avaliada Baixa 1 - 2 - 3 - 4 - 5 Alta |
|--|--|
| 1. TIPO | <input type="checkbox"/> Defesa de direitos <input type="checkbox"/> Negócios <input type="checkbox"/> Informação <input type="checkbox"/> Notícias <input type="checkbox"/> Pessoal <input type="checkbox"/> Entretenimento |
| Meta-Tag (linhas de código HTML) – quem estão tentando atrair para o website (visão/fonte)? Palavras chaves? | |
| Versões antigas – como o site evoluiu (verifique no www.archive.org) | |
| 2. CONTEÚDO | Quanto confiável é a informação? |
| Precisão - Erros de fato ou lógica - Erros ortográficos, gramática pobre - Datas incorretas | <input type="checkbox"/> Confiável <input type="checkbox"/> Não confiável <input type="checkbox"/> Não pode ser avaliado |
| Autoridade - Autor não qualificado, autor não citado - Baixa reputação - Fontes não documentadas | |
| Objetivo - Algum viés flagrante (termos, etc.)? - Objetivo persuasivo? - Único ou múltiplos pontos de vista? - Algum patrocinador ou publicidade? | |
| Atualização - Referências desatualizadas - Quando foi a última atualização? - Algum link morto? (também checar em www.brokenlinkcheck.com) | |
| Cobertura - Alguma omissão significativa? | |
| 3. PROPRIETÁRIO/AUTOR | |
| Nome completo da Companhia - Verificar links para direitos autorais e declarações de privacidade | |
| - Quem registrou o domínio? | |
| - Quem incorporou a empresa? Oficiais/Diretores? | |
| 4. AFILIAÇÕES E ASSOCIAÇÕES | |
| Com quem eles se ligam? Compartilham premissas? Dica: Telefones e endereços no Google | |
| Quem se liga com eles? - natureza da associação - Efeito na credibilidade | |
| O que os outros falam a respeito deles? Nomes no Google, verifique a lenda urbana, engano ou fraude | |
| É coerente com sites semelhantes? | |

Quadro 5: *Check List* Canadense para Avaliação de Fontes da Internet
Fonte: Pherson, K e Pherson, R. (2013)

Outra prática, que ilustra a utilização do Pensamento Crítico para a verificação da veracidade de notícias, foi desenvolvida por Otero (2016b). Trata-se de um modelo (Figura 2) que fornece

agrupamentos gerais para as fontes de notícias dos Estados Unidos, com base em tendências políticas e qualidade jornalística.

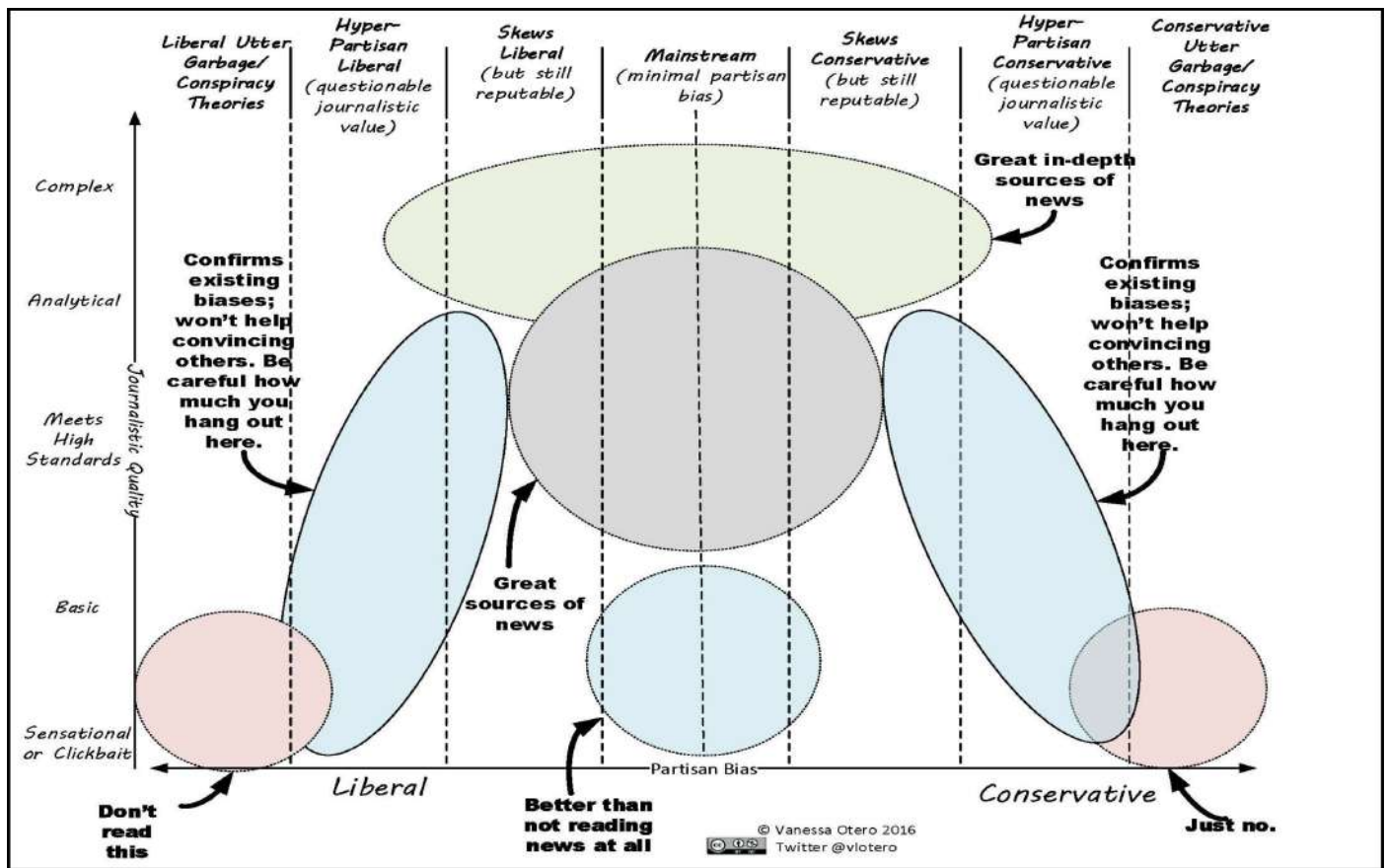


Figura 2: Modelo gráfico para avaliação de fontes de notícias
Fonte: Otero (2016a)

Segundo Kleinsmith (2017b), o Modelo ilustra como um analista de Inteligência - ou qualquer outra pessoa - pode entender as fontes que lê regularmente e transmitir sua avaliação para outras pessoas. Por exemplo, para o analista de Inteligência que tem a tarefa de criar um resumo diário de fontes abertas OSINT, um gráfico dessa natureza é uma ferramenta simples e eficaz para observar, bem como para rastrear os vieses e a qualidade das notícias.

Otero (2016c) esclarece que a metodologia para construção do Modelo gráfico foi estabelecer no eixo vertical uma métrica de qualidade do jornalismo que as divide nas seguintes categorias, da parte superior para a parte inferior:

- complexo: conteúdo com discussões de implicações e/ou complexidade;
- analítico: conteúdo com alto nível de

detalhamento e a presença de análise;

- básico: conteúdo simples e superficial; e
- sensacionalista/Clickbait: conteúdo voltado para estimular emoções no leitor ou para atrair cliques e incentivar o compartilhamento do material, visando a geração receita de publicidade.

No eixo horizontal, Otero (2016c) elucida que a métrica está relacionada com a inclinação partidária. As categorias presentes, da esquerda para a direita do gráfico, são:

- Lixo e teorias da conspiração de viés liberal: conteúdo, com viés liberal, relacionado a fatos que são comprovadamente falsos e para os quais nenhum pedido de desculpas ou retratação é emitido na sequência da publicação de uma história tão falsa;
- Liberal hiper-partidário: publicação de

notícias, com viés liberal, com valor jornalístico questionável, e amplamente reconhecidos por outros jornalistas como estando regularmente aquém das práticas e ética padrão do jornalismo;

- Inclinação liberal: publicações em que existe a intenção de apresentar um ponto de vista progressista;

- Convencional: minimamente partidária (diferente de apartidária). Embora as matérias apresentem viés partidários, esse decorre das opiniões intrínsecas do jornalista, e não a partir da intenção em apresentar um ponto de vista progressista;

- Inclinação conservadora: publicações em que existe a intenção de apresentar um ponto de vista conservador;

- Conservador hiper-partidário: publicação de notícias, com viés conservador, com valor jornalístico questionável, e amplamente reconhecidos por outros jornalistas como estando regularmente aquém das práticas e ética padrão do jornalismo;

- Lixo e teorias da conspiração de viés conservador: conteúdo, com viés conservador, relacionado a fatos que são comprovadamente falsos e para os quais nenhum pedido de desculpas ou retratação é emitido na sequência da publicação de uma história tão falsa.

Otero (2016c) dispôs no Modelo gráfico as principais fontes de notícias a que as pessoas estão expostas, nos EUA, gerando o gráfico a Figura 3 abaixo:

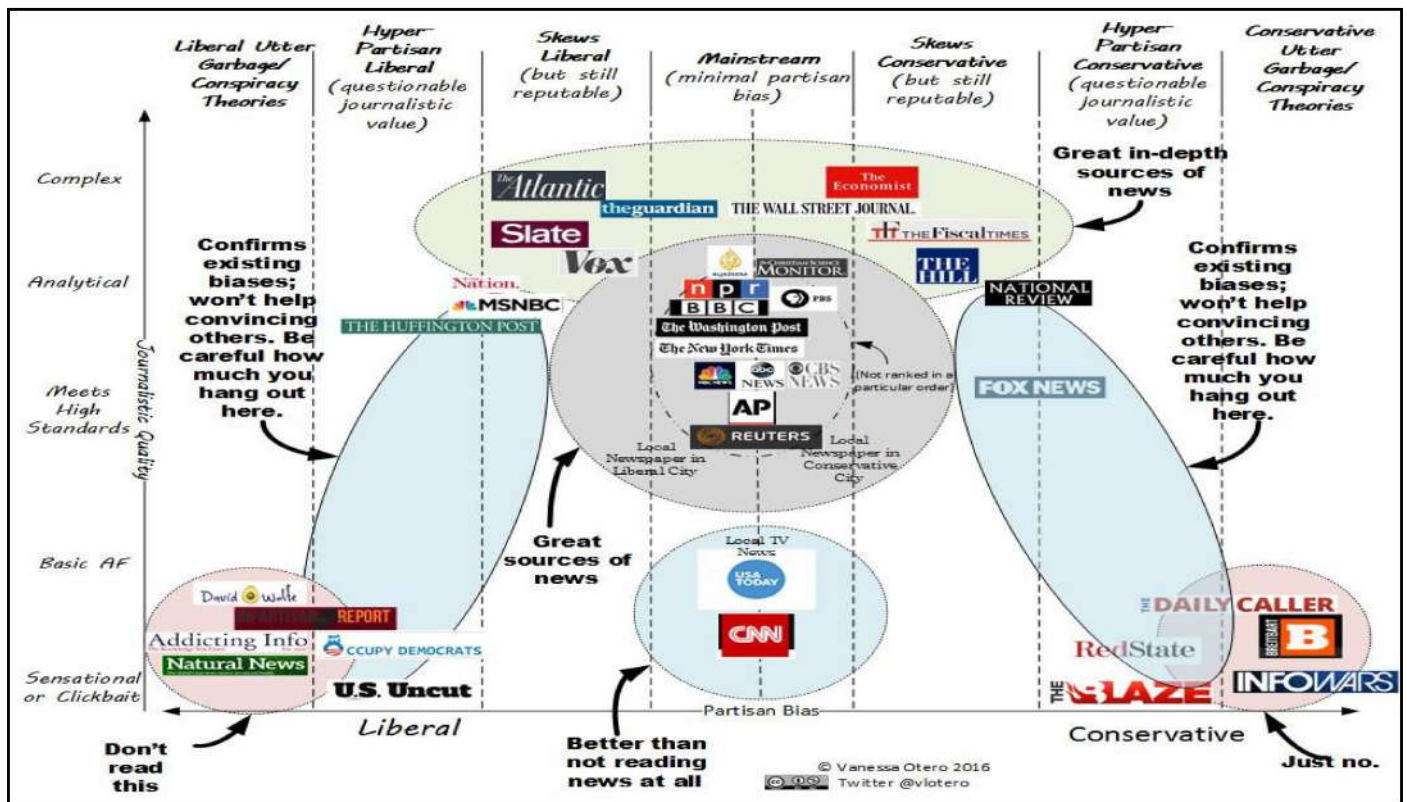


Figura 3: Principais Fontes de Notícias a que as pessoas Estão Expostas
Fonte: Otero (2016a)

Para a disposição das fontes no gráfico, Otero (2016c) afirma que considerou os fatores abaixo:

- existência da versão impressa do jornal;
- existência na TV e, em caso afirmativo, se existia antes da TV a cabo;
- existência no Rádio e, em caso afirmativo, se existia antes da transmissão via satélite;

- tempo de estabelecimento da fonte de notícia;

- número de leituras e visualizações;
- reputação do ponto de vista partidário entre outras fontes de notícia;
- se a fonte ativamente estabelece diferença entre opinião e relato de um fato;

- proporção de artigos de opinião em relação a artigos de relato de fatos;
- proporção de cobertura de notícias mundiais e notícias da política americana;
- repetição das mesmas notícias;
- reputação dos pontos de vista partidários entre os pares da autora nas redes sociais;
- afiliação partidária dos contribuidores e entrevistados regulares;
- presença de hipérbole em títulos dos artigos;
- presença de adjetivos em artigos persuasivos;
- qualidade da gramática, ortografia, pontuação, letras maiúsculas e tamanho da fonte;
- presença de uma referência ideológica partidária no título da publicação; e
- tentativa de identificação e correção do próprio viés político.

Otero (2016c) reconhece a subjetividade e as limitações de seu modelo. A autora considera que, dada a popularidade do produto, seria valioso um estudo mais elaborado para a disposição das fontes no gráfico, baseado em dados decorrentes de um painel de jornalistas, escritores, acadêmicos e observadores da mídia bem-conceituados, com a ajuda de assistentes de pesquisa, bem como com o auxílio de *software* para contabilizar e categorizar palavras usadas nos artigos.

O posicionamento da fonte de notícia no gráfico realizado por Otero (2016c), determina o seu grau de confiabilidade categorizado pela autora de acordo com o abaixo elencado:

- leitura não indicada (não ler);
- existência de vieses confirmada. Não vai ajudar a convencer outras pessoas. Cuidado com o quanto você lê essas fontes;

- melhor do que não ler nenhuma notícia;
- boas fontes de notícias; e
- fontes de notícias de grande profundidade.

Além disso, a utilidade do Pensamento Crítico para a verificação do conteúdo de um ensaio, artigo ou capítulo é advogada por Elder e Paul (2010). Para os autores o pensamento ou raciocínio humano é estruturado em 8 elementos (Figura 4). A identificação e o entendimento desses elementos no conteúdo de um texto permitem que o analista entenda, empaticamente, o raciocínio do autor e, por consequência, a lógica do texto que se quer analisar.

Segundo Elder e Paul (2010), os elementos do pensamento humano que guiam a produção de um texto são os seguintes:

- propósito: Porque o autor está olhando para esta questão? Qual é a finalidade?



Figura 4: Elementos do pensamento
Fonte: Elder e Paul (2010)

- questão: qual é o assunto que o autor quer saber?
- informações: quais os dados relevantes de posse do autor?
- interpretações e inferências: quais são as conclusões que o autor realiza a partir do que conhece e do que acredita?
- conceitos: quais são as teorias, as definições, as leis, os princípios, as hipóteses e

os modelos que o autor utiliza para dar sentido ao texto?

- pressupostos: quais são as crenças (axiomas, hipóteses, suposições) do autor? Normalmente, os pressupostos operam no nível subconsciente ou inconsciente;
- implicações: quais são as consequências (afirmações ou verdades do autor que surgem a partir do seu pensamento)?
- ponto de vista: Como o autor olha para a questão? Como a questão é enfocada?



Diante do exposto, verifica-se que autores especialistas na temática do Pensamento Crítico consideram que as habilidades e que os métodos dessa forma de pensar podem ser utilizadas para a avaliação judiciosa, racional e controlada da fonte e/ou do conteúdo de uma notícia. Assim, diante da elevada quantidade de notícias falsas que circulam na web e do grau de sofisticação dessas informações - que as tornam verossímeis e plausíveis, sendo fácil aceitá-las como verdadeiras - o Pensamento Crítico assiste o trabalho do Analista de Inteligência de pesquisa de notícias de fontes abertas, em busca da verdade.

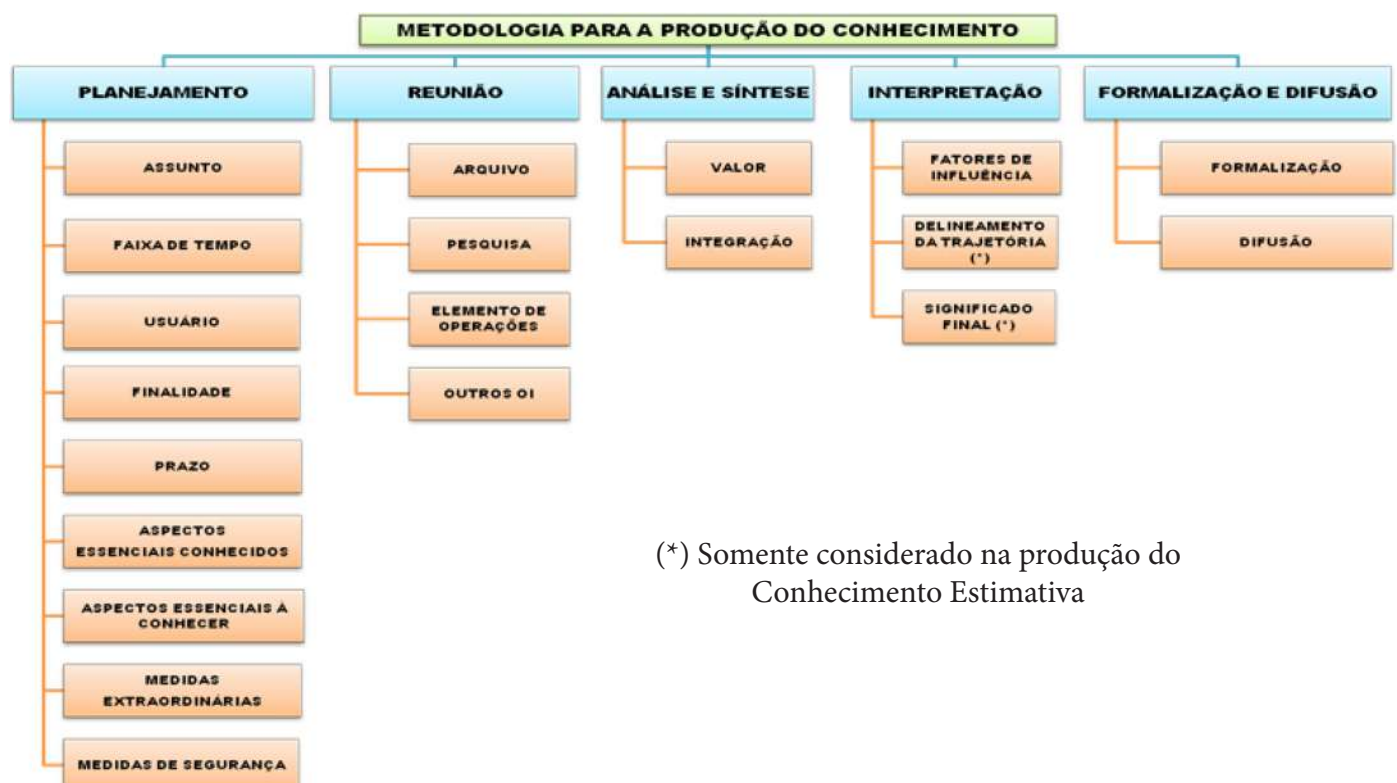
Brasileiro, conceituam esse método como sendo “a sequência ordenada de procedimentos executados pelo analista, com vistas à produção de um conhecimento de Inteligência de forma racional e com melhores resultados.” (BRASIL, 1997).

Conhecimento é “o resultado do processamento de dados e conhecimentos, com a utilização de metodologia específica, que possibilita tomar ciência ou estabelecer conclusões sobre fatos ou situações de interesse da Atividade de Inteligência.” (BRASIL, 2018a).

A Metodologia para a Produção do Conhecimento realizados pelo Analista de Inteligência tem a finalidade de:

- (1) Garantir que todos os aspectos do problema sejam considerados;
- (2) Produzir um conhecimento em bases científicas;
- (3) Uniformizar procedimentos no âmbito do SIEx; e
- (4) Assegurar que o usuário confira credibilidade ao conhecimento produzido. (BRASIL, 1997).

Esse conjunto de procedimentos para a produção do conhecimento pode ser esquematizado da seguinte forma (Figura 5):



(*) Somente considerado na produção do Conhecimento Estimativa

Figura 5: Fases da Metodologia para a Produção do Conhecimento
Fonte: Brasil (1997)



3.1.1. Fase do Planejamento

De maneira resumida, trata-se da fase na qual o Analista de Inteligência, com o encargo de produzir um conhecimento, “[...] realiza o estudo preliminar e geral do problema e estabelece os procedimentos necessários para cumprir a missão. Nesta fase, o Analista de Inteligência define os fins a atingir e a maneira de atingi-los.” (BRASIL, 1997).

3.1.2. Fase da Reunião

Segundo Brasil (1997), consiste na fase em que analista de inteligência procura reunir conhecimentos e/ou dados que respondam e/ou completem os aspectos essenciais a conhecer.

Nessa fase são realizados: a consulta aos arquivos da Agência de Inteligência; a Pesquisa; o Acionamento do Órgão de Inteligência; e a Ligação com outras Agências de Inteligência (BRASIL, 1997).

A consulta aos arquivos da Agência de Inteligência “[...] consiste em procurar, nos arquivos da própria Agência a que pertence o analista de inteligência, conhecimentos e/ou dados que

interessem ao trabalho.” (BRASIL, 1997).

A pesquisa consiste em: “[...] procedimento realizado pelo Analista a qual se traduz em contatos com pessoas, estudos em bibliotecas públicas ou privadas e ligações formais e/ou informais com organizações não pertencentes à Estrutura Nacional de Inteligência.” (BRASIL, 1997).

O acionamento do Órgão de Inteligência “[...] consiste em acionar o Órgão de Inteligência orgânico que obterá dados, os quais serão submetidos à Técnica de Avaliação de Dados.” (BRASIL, 1997).

A ligação com outras Agências de Inteligência trata “[...] das solicitações do apoio de outras Agências de Inteligência, pertencentes ou não ao Sistema de Inteligência do Exército” (BRASIL, 1997).

3.1.3. Fase da Análise e Síntese

A fase da Análise e Síntese abrange dois procedimentos: “[...] a determinação do valor dos conhecimentos e/ou dados reunidos; e a integração.” (BRASIL, 1997). O quadro abaixo apresenta e explica os procedimentos dessa fase:

| FASE DA ANÁLISE E SÍNTESE | |
|---|---|
| PROCEDIMENTOS | ASPECTOS A SEREM VERIFICADOS |
| DETERMINAÇÃO DO VALOR DOS CONHECIMENTOS E/OU DADOS REUNIDOS | PERTINÊNCIA: - É feita por meio de um estudo sobre o interesse dos conhecimentos e/ou dados reunidos para o trabalho. Este estudo é iniciado por um exame preliminar do relacionamento dos conhecimentos e/ou dados com o assunto. Esgota-se pela decomposição de cada um deles em frações significativas, isto é, em frações que tenham relação com os aspectos essenciais determinados nas fase de Planejamento. |
| | CREDIBILIDADE: (1) É inicialmente feita por meio dos seguintes procedimentos: - da observação dos tipos de conhecimentos reunidos e, no caso do conhecimento informe, ainda, do indicativo de credibilidade apostado na origem; e - de um trabalho de julgamento das fontes e dos conteúdos dos dados obtidos na reunião, mediante o emprego da Técnica de Avaliação de Dados. (2) É consolidada por um trabalho no qual as frações significativas são comparadas entre si e com o que o próprio analista sabe sobre o assunto. |
| INTEGRAÇÃO | O procedimento consiste em montar um conjunto coerente e ordenado com base nas frações significativas já devidamente trabalhadas. |

Quadro 6: Procedimentos e aspectos a serem observados na fase da Análise e Síntese
Fonte: Brasil (1997)



3.1.4. Fase da Interpretação

É a fase da produção do conhecimento na qual o Analista de Inteligência estabelece o significado do fato ou situação em estudo. É nesta fase que, alicerçado nos procedimentos realizados anteriormente e fazendo uso de operações de raciocínio, o analista estabelece a sua imagem da realidade. Nesta fase são adotados os seguintes procedimentos: estudo dos fatores de influência; delineamento da trajetória; e significado final (BRASIL, 1997).

3.1.5. Fase da Formalização e Difusão

Consiste em formalizar um documento próprio e divulgar o conhecimento resultante para o comandante e/ou órgão ou escalão que o solicitou e, ainda, para quem tal conhecimento possa interessar ou ser útil (BRASIL, 1997).

3.2. O Método para a Produção do Conhecimento e a questão das Fake News

Durante a aplicação da Metodologia para a Produção do Conhecimento de Inteligência, os dados obtidos pelo Analista, na fase de Reunião,

terão sua pertinência e credibilidade averiguada na fase da Análise e Síntese (BRASIL, 1997).

Na hipótese desses dados serem decorrentes de uma notícia de fonte aberta, vem à tona a problemática das *Fake News* - estudada no item 2 do presente trabalho - particularmente no tocante à credibilidade. Nesse sentido, de acordo com Brasil (1997), esse aspecto da notícia seria conferido por intermédio de um trabalho de julgamento da fonte e do conteúdo, mediante o emprego da Técnica de Avaliação de Dados.

Cabe elucidar que essa técnica:

[...] tem por finalidade estabelecer os procedimentos para a aferição da credibilidade de dados, matéria-prima para a produção do conhecimento, condição essencial para que possam ser utilizados na elaboração dos diversos tipos de Conhecimento de Inteligência. (BRASIL, 1997).

A Técnica de Avaliação de Dados “[...] estabelece critérios judiciosos para o tratamento do dado sendo composta das seguinte etapas: Julgamento da Fonte e Julgamento do Conteúdo.” (BRASIL, 1997). O quadro 7 explica, sumariamente, o julgamento da fonte e do conteúdo.

| ETAPAS | PARÂMETROS DE AVALIAÇÃO | ASPECTOS A CONSIDERAR |
|------------------------|-------------------------|--|
| JULGAMENTO DA FONTE | AUTENTICIDADE | - Verifica se o dado provém da fonte presumida ou declarada |
| | CONFIANÇA | - Antecedentes (criminal político, lealdade, honestidade, etc) - Padrão de vida (compatível ou não com seu poder aquisitivo) - Contribuição anterior (precisão dos dados, etc) - Motivação (pagamento, ciúme, patriotismo, interesse pessoal, vingança) |
| | COMPETÊNCIA | - Capacidade pessoal - Localização |
| JULGAMENTO DO CONTEÚDO | SEMELHANÇA | Verifica se há dado de outra fonte com conteúdo conforme |
| | COERÊNCIA | - Verifica se o dado em julgamento não apresenta contradições de conteúdo |
| | COMPATIBILIDADE | - Estabelece-se o relacionamento do dado com o que se sabe sobre o fato |

Quadro 7: Julgamento da Fonte e do Conteúdo
Fonte: Brasil (1997)

A determinação do grau de credibilidade do dado provém da integração do julgamento da fonte com o julgamento do conteúdo. O analista expressa suas conclusões a esse respeito em diferentes níveis

de credibilidade por intermédio de um código alfanumérico (BRASIL, 2017). O quadro 8, na próxima página, resume a determinação do grau de credibilidade do dado pelo analista.



| JULGAMENTO DA FONTE | | | JULGAMENTO DO CONTEÚDO | | |
|---------------------|----------------------------------|--|------------------------|--------------------------------|--|
| CÓDIGO | GRAU DE IDONEIDADE DA FONTE | | CÓDIGO | GRAU DE VERACIDADE DO CONTEÚDO | |
| A | INTERAMENTE IDÔNEA | A fonte ao longo do tempo em que vem sendo utilizada atendeu sempre aos parâmetros de avaliação. | 1 | CONFIRMADO POR OUTRAS FONTES | O dado foi difundido por outras fontes e apresenta um conteúdo coerente e compatível. |
| B | NORMALMENTE IDÔNEA | Em algumas oportunidades, a fonte deixou de atender a um ou mais dos parâmetros de avaliação. | 2 | PROVAVELMENTE VERDADEIRO | O dado, embora não tenha sido confirmado, apresenta um conteúdo coerente e compatível. |
| C | REGULARMENTE IDÔNEA | A fonte coloca-se em situação intermediária, entre o número de ocasiões em que conduziu positivamente, ou não, em relação aos parâmetros de avaliação. | 3 | POSSIVELMENTE VERDADEIRO | O dado, embora não tenha sido confirmado, é coerente e possui compatibilidade parcial. |
| D | NORMALMENTE INIDÔNEA | Na maioria das oportunidades deixou de atender aos parâmetros de avaliação. | 4 | DUVIDOSO | O dado não é confirmado, é coerente e é pouco compatível. |
| E | INIDÔNEA | Deixou de atender sempre aos aspectos observados. | 5 | IMPROVÁVEL | O dado não é confirmado, é coerente e não é compatível. |
| F | IDONEIDADE NÃO PODE SER AVALIADA | A fonte era desconhecida até o momento. | 6 | VERACIDADE NÃO AVALIADA | O dado não apresenta nenhuma característica dos três parâmetros de avaliação. |

Quadro 8: Determinação do Grau de Credibilidade do Dado
Fonte: Brasil (1997)

Do exposto, verifica-se que a aplicação do Método para a Produção do Conhecimento auxilia o analista diante da questão das *Fake News*, na medida que a veracidade de uma notícia pode ser conferida pelo emprego da Técnica de Avaliação de Dados.

3.3. O Pensamento Crítico no Método para a Produção do Conhecimento

Como já foi afirmado no subitem 3.1, o Método para a Produção do Conhecimento é uma sequência ordenada de procedimentos executados pelo analista, com vistas à produção de um conhecimento de Inteligência de forma racional e com melhores resultados. Além disso, a utilização da Técnica de Avaliação de Dados pelo analista, durante a metodologia, estabelece regras de critérios e sequência de procedimentos a serem seguidos para a verificação da credibilidade dos dados (BRASIL, 1997, grifo nosso). Tais assertivas levam, em uma primeira análise, a uma ideia de cartesianismo do método.

O Pensamento Crítico, por sua vez, flexibiliza o raciocínio. De fato Elder e Paul (2014) diagnosticam:

Um pensador crítico bem desenvolvido:
- levanta questões e problemas vitais, formulando-os de forma clara e precisa;

- reúne e avalia informações relevantes, usando ideias abstratas para interpretá-los efetivamente;
- chega a conclusões e soluções bem fundamentadas, testando-as contra critérios e padrões relevantes;
- pensa de maneira aberta dentro de sistemas alternativos de pensamento, reconhecendo e avaliando, conforme necessário, suas suposições, implicações e consequências; e
- comunica-se eficazmente com os outros na descoberta de soluções para problemas.
(ELDER; PAUL, 2014).

Todavia, o Método para a Produção do Conhecimento não exclui o Pensamento Crítico. “Pensar criticamente está intrínseco nessa metodologia, agregando valor ao processo científico.” (Cunha e Souza, 2016).

A utilização da metodologia caracteriza a presença do Pensamento Crítico na produção do conhecimento: “Quando se pensa de forma crítica, impõem-se estruturas para assegurar rigor e minuciosidade sem, de forma desnecessária, limitar a criatividade.” (BRASIL, 2018b).

Além disso, segundo Brasil (1997), “[...] as cinco fases do método não são procedimentos rigorosamente ordenados e nem têm limites precisos. São fases que se interpenetram, interrelacionam e interdependem”. Por exemplo, se durante a fase de Análise e Síntese, o analista necessitar de novos



dados para a verificação da credibilidade de uma notícia, ele poderá desencadear novas pesquisas, retornando à fase de Reunião.

Diante do exposto, reconhece-se que a verificação da credibilidade de um dado, realizada na fase da Análise e Síntese, demanda a utilização do Pensamento Crítico.

4. CONCLUSÃO

Ao final deste artigo, verifica-se a relevância de se realizar um estudo com o objetivo de averiguar a utilização do Pensamento Crítico na Metodologia para Produção do Conhecimento, ante à crescente problemática das notícias falsas. De fato, a credibilidade de uma notícia é a condição essencial para que os dados nela contida possam ser utilizados na elaboração dos diversos tipos de Conhecimento de Inteligência. A utilização de habilidades de Pensamento Crítico, no âmbito da Metodologia para Produção do Conhecimento, tem o condão de aperfeiçoar a avaliação da fonte e do conteúdo desses dados.

O fenômeno das *Fake News*, embora pareça ser recente, não é algo novo. Historicamente, tal artifício já foi usado para enganar um determinado público alvo através da disseminação de mentiras. A novidade é a utilização das mídias sociais como instrumento de disseminação e de potencialização das notícias falsas.

Esta nova realidade levou vários estudiosos a se debruçarem sobre o tema sendo constatado aspectos sobre as motivações e as tipologias do fenômeno. Assim sendo, verifica-se que o uso das notícias

falsas, principalmente no caso de propaganda ou dissimulação, reflete diretamente no trabalho do analista de inteligência, uma vez que este profissional, durante a produção do conhecimento, terá que saber distinguir o dado verdadeiro do dado falso.

O Pensamento Crítico proporciona maior segurança de credibilidade ao trabalho do Analista de Inteligência na utilização de dados oriundos de notícias de fontes abertas. Autores especialistas na temática do Pensamento Crítico consideram que as habilidades e que os métodos dessa forma de pensar podem ser utilizadas para a avaliação judiciosa, racional e controlada da fonte e/ou do conteúdo de uma notícia.

A verificação da credibilidade de um dado, realizada na fase da Análise e Síntese, do Método para a Produção do Conhecimento de Inteligência, demanda a utilização do Pensamento Crítico. Essa assertiva é justificada pelo fato de, na mencionada fase, a Técnica de Avaliação de Dados permitir verificar o grau de veracidade de uma notícia. Ocorre que, ao aplicar essa técnica, o analista realiza um processo mental que foca nos elementos críticos da questão - a confiabilidade da fonte e a credibilidade do conteúdo - realizando um julgamento objetivo e reflexivo para chegar a uma posição justificada sobre a lisura da notícia.

Em face do acima exposto, o analista de inteligência deve procurar desenvolver a habilidade de pensar criticamente, a fim de empregá-la na Metodologia para a Produção do Conhecimento, garantindo que o seu trabalho não seja contaminado pelas *Fake News*.



REFERÊNCIAS

- ALLEN, Charles; GERRAS, Stephen. Como Desenvolver Pensadores Criativos e Críticos. *Military Review*, Fort Leavenworth, p 31 - 38, set. 2010. Bimestral.
- BBC BRASIL. Fake News é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico, 2017. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>>. Acesso em: 28 mar. 2018.
- BRASIL. Escola de Inteligência Militar do Exército. Apostila de Fundamentos da Atividade de Inteligência. Brasília, DF: 2018a.
- _____. Escola de Inteligência Militar do Exército. Nota de Coordenação Doutrinária de Ferramentas de Análise. Brasília, DF: 2018b.
- _____. Estado Maior do Exército. C 45-4: Operações Psicológicas. 3. ed. Brasília, DF, 1999.
- _____. Estado Maior do Exército. EB70-MC-10.211: Processo de Planejamento e Condução das Operações Militares. 1.ed. Brasília, DF, 2014.
- _____. Estado Maior do Exército. EB70-MC-10.230: Operações Psicológicas. 4.ed. Brasília, DF, 2017.
- _____. Estado Maior do Exército. IP 30-2: Produção do Conhecimento de Inteligência. 1.ed. Brasília, DF, 1997.
- CUNHA, Paulo; SOUZA, Gilson. O Desenvolvimento do Raciocínio com o Pensamento Crítico na Produção do Conhecimento. *Revista A Lucerna*, Brasília - DF, ano 5, n. 7, p. 35-47, DEZ. 2016
- ELDER, Linda; PAUL, Richard. *A Glossary of Critical Thinking. Terms & Concepts*. 2. ed. Dillon Beach, CA: The Foundation For Critical Thinking, 2013.
- _____. *Analytic Thinking*. 1. ed. Dillon Beach, CA: The Foundation For Critical Thinking, 2010.
- _____. *The Miniature Guide to Critical Thinking. Concepts & Tools*. 7. ed. Dillon Beach, CA: The Foundation For Critical Thinking, 2014.
- FAKE NEWS. In: *Collins English Dictionary*. Glasgow: Harper Collins Publishers. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>. Acesso em: 15 fev. 2018.
- JÚNIOR, Amauri. O conceito de modelo e sua utilização nas ciências do comportamento: breves notas introdutórias. *Rev. Estudos de Psicologia*, PUC-Campinas, v. 16, n. 1, p. 13-16, janeiro/abril 1999.
- KLEINSMITH, Eric. Fake News and Data Mining: Mapping Today's Media for Intel Analysis, 2017a. Disponível em: <<https://inpublicsafety.com/2016/12/fake-news-data-mining-mapping-todays-media-intel-analysis/>>Acesso em: 16 fev. 2018.
- _____. Fake News is Propaganda: How to Identify It and When It Can be Useful, 2017b. Disponível em: <<https://inpublicsafety.com/2017/03/fake-news-is-propaganda-how-to-identify-it-and-when-it-can-be-useful/>>Acesso em: 16 fev. 2018.
- MOORE, Brooke; PARKER, Richard. *Critical Thinking*. 9. ed. New York: McGraw-Hill, 2009.
- NEVES, Eduardo; DOMINGUES, Clayton. *Manual de Metodologia da Pesquisa Científica*. Rio de Janeiro: EsAO, 2007.
- OTERO, Vanessa. High Resolution File Formats for Full Chart and Blank Versions of News Quality Chart, 2016a. Disponível em: <http://www.allgeneralizationsarefalse.com/wp-content/uploads/2017/01/News-Quality.Blank_V2-1.jpg>Acesso em: 20 mar. 2018.
- _____. News quality, 2016b. Disponível em: <<http://www.allgeneralizationsarefalse.com/news-quality/>>Acesso em: 20 mar. 2018.
- _____. The Chart, Version 1.0: Original Reasoning and Methodology, 2016c. Disponível em: <<http://www.allgeneralizationsarefalse.com/the-reasoning-and-methodology-behind-the-chart/>>Acesso em: 20 mar. 2018.
- PERSON, Katherine; PERSON, Randolph. *Critical Thinking for Strategic Intelligence*. Thousand Oaks, CA: CQ Press, 2013.
- PIRES, Luciano. Fake News. Portal Café Brasil, jan. 2017. Disponível em: <<http://www.portalcafebrasil.com.br/artigos/fake-news/>>. Acesso em: 18 fev. 2018.
- SILVA, Nayane. Fake News: A revitalização do jornal e os efeitos Fact-Checking e CrossCheck no noticiário digital. Portal Intercom, jul. 2017. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0191-1.pdf>>Acesso em: 30 mar. 2018.
- SILVERMAN, Craig; LYTVYENKO, Jane; PHAM, Scott. These Are 50 Of The Biggest Fake News Hits On Facebook In 2017. Buzz Feed News, dez. 2017. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/these-are-50-of-the-biggest-fake-news-hits-on-facebook-in?utm_term=.drG21nGwG#.lrGX-9o0Y0>Acesso em: 29 mar. 2018.
- SKILLSYOU NEED. Critical Thinking and Fake News, 2018. Disponível em: <<https://www.skillsyouneed.com/learn/fake-news.html>>. Acesso em: 24 mar. 2018.
- SNOPE. Turkey Damned Switch, 2018. Disponível em: <<https://www.snopes.com/fact-check/trump-turkey-pardons-reversed/>>Acesso em: 30 mar. 2018.
- SOUZA, Rogério. Investigando as fake news: análise das agências fiscalizadoras de notícias. Portal Intercom, jun. 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0343-1.pdf>>Acesso em: 16 fev. 2018.
- STOP FAKE. Ukrainian site Censor.net published edited photo of a Russian soldier, jul.2014. Disponível em: <<https://www.stopfake.org/en/ukrainian-site-censor-net-published-edited-photo-of-a-russian-soldier/>>Acesso em: 24 mar. 2018.
- THE FOUNDATION FOR CRITICAL THINKING. Defining Critical Thinking, 2018. Disponível em <<http://www.criticalthinking.org/pages/defining-critical-thinking/766>>Acesso em: 25 abr. 2018.
- THE MUSEUM OF HOAXES. The Great Moon Hoax, 2018. Disponível em <http://hoaxes.org/archive/permalink/the_great_moon_hoax>Acesso em: 24 mar. 2018.
- THE SOCIAL HISTORIAN. 10 Examples of Fake News from History, 2018. Disponível em <<http://www.thesocialhistorian.com/fake-news/>>. Acesso em: 24 fev. 2018.
- UNIVERSITY OF MICHIGAN'S GLOBAL CHANGE COURSES. Fake news and critical thinking in the post-truth world, 2017. Disponível em: <https://globalchange.umich.edu/globalchange1/current/lectures/klng/fake_news/fake_news.html> Acesso em: 16 fev. 2018.
- VERSTRAETE, Mark ; BAMBAUER, Derek; BAMBAUER, Jane. Identifying and Countering Fake . The University of Arizona, jul. 2017. Disponível em: <https://law.arizona.edu/sites/default/files/asset/document/fakenews-final_0.pdf>Acesso em: 30 mar. 2018.
- VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. *Science Magazine*, Washington DC, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, mar. 2018.
- WARDLE, Claire. Fake news. It's complicated. First Draft, fev. 2017. Disponível em <<https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>>Acesso em: 30 Mar 2018.