



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

JAQUELINE GONÇALVES DO NASCIMENTO

**DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO SOBRE A COVID-19 EM UM NÚCLEO
FAMILIAR: UM ESTUDO DE CASO**

FORTALEZA

2021

JAUQUELINE GONÇALVES DO NASCIMENTO

DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO SOBRE A COVID-19 EM UM NÚCLEO
FAMILIAR: UM ESTUDO DE CASO

Monografia apresentada ao curso de graduação em Biblioteconomia, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharelado em Biblioteconomia.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Wagner Chacon Silva

FORTALEZA

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

N195d Nascimento, Jaqueline Gonçalves do.

Disseminação de desinformação sobre a covid-19 em um núcleo familiar : um estudo de caso / Jaqueline Gonçalves do Nascimento. – 2021.

51 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Curso de Biblioteconomia, Fortaleza, 2021.

Orientação: Prof. Dr. Antonio Wagner Chacon Silva.

1. Disseminação de desinformação. 2. Desinformação sobre a covi-19. 3. Serviço de verificação de conteúdo. I. Título.

CDD 020

JAUQUELINE GONÇALVES DO NASCIMENTO

DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO SOBRE A COVID-19 EM UM NÚCLEO
FAMILIAR: UM ESTUDO DE CASO

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Antonio Wagner Chacon Silva (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Luiz Tadeu Feitosa (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Heliomar Cavati Sobrinho (Suplente)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

A Deus, que possibilita a saúde e força para seguir a cada dia.

Aos meus familiares, que desde cedo contribuíram para o acesso à educação, mesmo em meio a grandes dificuldades.

Ao meu orientador, prof. Dr. Chacon, que me guiou ao longo de dois semestres, tirando dúvidas e incentivando à continuidade do trabalho.

À banca examinadora, por aceitar o convite.

Às colegas Camila e Clotilde, que me auxiliaram, tirando dúvidas no desenvolvimento do trabalho. Suas contribuições foram valiosas. Bem como as amizades que foram construídas ao longo do curso e que se levam para o resto da vida.

RESUMO

Atualmente percebe-se a grande quantidade de informações presentes em diferentes suportes e em vários formatos. O Avanço da tecnologia tem possibilitado o alcance da informação e da comunicação, que pode ser visualizada por meio do acesso às mídias digitais. Todavia, esses recursos que facilitam o modo de acesso a informação, tem sido utilizado por usuários da rede que agem de má fé, distorcendo a autenticidade de notícias ou fabricando conteúdos mentirosos para enganar a população. Para tanto, esse estudo busca entender como a disseminação da desinformação tem penetrado no núcleo familiar e interferido no combate à pandemia da COVID-19. Discorre sobre a tendência da desinformação nos aplicativos de mensagens privadas, conceitua desinformação e elenca serviços de verificação de conteúdo. O trabalho é de cunho exploratório e a abordagem utilizada na pesquisa tem enfoque quantitativo. A partir do questionário aplicado aos participantes foi feita a análise dos dados das respostas obtidas. Os resultados obtidos evidenciam que a desinformação é introduzida no núcleo familiar, por meio do compartilhamento de mensagens oriundas de grupos e de amigos e familiares que geralmente a origem de conteúdos fraudulentos parte de grupos amigos e familiares. Os resultados expõem o baixo índice de pessoas que verificam o conteúdo das informações nos serviços de checagem de notícias.

Palavras-chave: Disseminação de desinformação; desinformação sobre a COVID-19; desinformação nos aplicativos de mensagens privadas; serviços de verificação de conteúdo.

ABSTRACT

Currently, it is possible to notice the large amount of information present in different supports and in various formats. The advance of technology has made it possible to reach information and communication, which can be viewed through access to digital media. However, these resources that facilitate access to information have been used by network users who act in bad faith, distorting the authenticity of news or manufacturing lying content to deceive the population. Therefore, this study seeks to understand how the dissemination of misinformation has penetrated the family nucleus and interfered in the fight against the COVID-19 pandemic. It discusses the trend of disinformation in private messaging applications, conceptualizes disinformation and lists content verification services. The work is exploratory in nature and the approach used in the research has a quantitative focus. From the questionnaire applied to the participants, the data of the responses obtained were analyzed. The results obtained show that misinformation is introduced into the family nucleus, through the sharing of messages from groups and friends and family, which generally originate fraudulent content from friends and family groups. The results expose the low rate of people checking the content of information in news checking services.

Keywords: Disinformation dissemination; disinformation about COVID-19; misinformation in private messaging applications; content verification services.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Conceitos de notícias falsas, desinformação e infodemia	24
Figura 2 – <i>Print</i> da plataforma Lupa	29
Figura 3 – <i>Print</i> da plataforma Comprova	30
Figura 4 – <i>Print</i> da Página da <i>FakeCheck</i> na <i>web</i>	31
Figura 5 – <i>Print</i> do site fato ou <i>fake</i>	32
Figura 6 – <i>Print</i> da página da RNCD na <i>web</i>	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Mídia utilizada para se informar	37
Gráfico 2 – Recebimento de conteúdo desinformativo	38
Gráfico 3 – Nível de confiança das notícias recebidas nos chats privados	39
Gráfico 4 – Nível de credibilidade em fala de lideranças políticas e religiosas	39
Gráfico 5 – Conteúdo falso sobre a COVID-19 disseminado nos aplicativos de mensagens privadas	40
Gráfico 6 – Origem do conteúdo falso ou manipulado recebido	41
Gráfico 7 – Informações recebidas afetam a crença?	42
Gráfico 8 – Serviços de checagem de informação	43
Gráfico 9 – Uso e frequência dos serviços de checagem de informação	44

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	DESINFORMAÇÃO	13
2.1	Desinformação e informação.....	16
2.2	Desinformação como fenômeno social	18
2.3	Infodemia no contexto da COVID-19.....	20
2.4	Desinformação e fake news.....	22
2.5	Identificando notícias manipuladas ou falsas.....	24
3	A PANDEMIA DA COVID-19 E DA DESINFORMAÇÃO	26
3.1	Plataformas de mensagens privadas.....	27
3.2	Serviço de checagem de informação.....	28
3.3	Competências em informação e o papel do bibliotecário.....	33
4	METODOLOGIA	35
5	ANÁLISE DOS DADOS	37
6	CONCLUSÃO	45
	REFERÊNCIAS	46
	ANEXO	50

1 INTRODUÇÃO

É notório que o desenvolvimento das tecnologias e a sua introdução e aplicabilidade nos setores de serviços na vida cotidiana facilitou a forma de comunicação, por meio da conectividade. A promoção e divulgação do que é fato no Brasil e no mundo tem possibilitado que a comunicação aconteça de forma acessível e rápida. Na atualidade, a tecnologia está sendo empregada em diversas atividades da sociedade (trabalho, estudo etc.), essa inovação tem possibilitado também ao indivíduo acessar a notícia por meio de poucos cliques no celular e tornar o processo comunicativo imediato entre pessoas em diferentes localizações.

Mas não tem como falar de tecnologia sem referenciar os meios de comunicação por onde transitam as informações. Embora seja um instrumento eficaz e facilitador de acesso à informação da vida humana, em contrapartida essa ferramenta tem sido utilizada com retrocesso na manipulação de dados e fatos.

Ocorrências como essas, podem interferir e prejudicar ações que visam diminuir ou mitigar as causas e efeitos circunstanciais que afetam a sociedade, a exemplo da crise sanitária que o mundo tem enfrentado nos últimos meses (COVID-19). A proliferação de notícias falsas distorce a verdade e como consequência implica no controle da situação e na conscientização do indivíduo.

Compreendemos que esse fato requer atenção e alerta na comunidade em geral (governo e cidadãos), pois afeta a vida de todos, se considerarmos que ele pode influenciar a opinião das pessoas. Muitas vezes, em cenários diversos, pode ocorrer a incidência e disseminação de relatos infundados e alarmantes que tendem a chocar a população. Diante desse panorama, existem os meios por onde circulam tais boatos, como é o caso do *WhatsApp*. Segundo Gragnani (2018) do portal *bbc*,

O *WhatsApp*, aplicativo de mensagens por celular extremamente disseminado no Brasil, é visto como uma das redes mais propícias para a difusão de notícias falsas. Como é um aplicativo de mensagens privadas e não tem caráter público, é difícil rastrear as "fake news" espalhadas ali e avaliar seu alcance, o que preocupa pesquisadores, especialmente considerando como isso poderá ocorrer nas eleições brasileiras em 2018.

Como meio de mensagem instantânea, percebemos que esse aplicativo tem contribuído para benefício e malefício da sociedade moderna. Se por um lado

apresenta recursos e vantagens (troca rápida de informação, envio de arquivos diversos, chamada de voz e vídeo), em contrapartida, esses mesmos instrumentos podem ser utilizados de má fé para espalhar boatos, bem como para quem tem pressa em espalhar conteúdo manipulado sem buscar em outras fontes informacionais de credibilidade.

O revés se implica no impacto advindo da desinformação, como foi mencionado anteriormente, essa facilidade de compartilhamento de informações que circulam nos meios de comunicação privada, pode vir tomar proporções negativas, e conseqüentemente causar obstáculos na contenção do problema. A saber que o indivíduo se atenha a descrença naquilo que é real e confiança na notícia falsa. Diante disso questiona-se: como a desinformação sobre a COVID-19 tem se introduzido dentro do núcleo familiar?

Vê-se na atualidade a dependência que as mídias digitais causam nas pessoas. É possível visualizar isso em qualquer espaço (religioso, no lar, no lazer, na saúde ou de entretenimento), o número de pessoas com seus dispositivos tecnológicos conectados à rede. O relato não visa discutir essa cultura, mas trazer à reflexão o quão robóticos muitas pessoas vivem. Dentro dessa realidade, e vivenciando fatos semelhantes (a nível familiar), como o recebimento de *fake news* no *WhatsApp* (principalmente no período eleitoral de 2018 e nas eleições municipais de 2020 e agora em meio a pandemia da COVID-19), é que despontou o desejo em conhecer e entender o hábito dos familiares em compartilhar a desinformação. Pelo gosto de buscar sempre a verdade e os fatos concretos, que podem tornar as pessoas menos ignorantes e induzir a sociedade a fortalecer a democracia e o bem-estar social de todos.

O tema abordado se justifica como análise, numa perspectiva social, de um problema que tem impacto no cotidiano das pessoas, principalmente das mais próximas, a exemplo do núcleo familiar. Que leva ao medo, à difamação, ao conteúdo duvidoso sobre algo ou alguém que induz o indivíduo a ficar irredutível quando defronte à veracidade dos fatos. Como ilustração, podemos pontuar o cenário que estamos vivendo, onde as pessoas sabem a necessidade do distanciamento social e

do uso da máscara como medidas protetivas, todavia, as recomendações dadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS) não são aderidas por todos.

O tema também poderá subsidiar o desejo informacional da sociedade, sobretudo se presumir que a pesquisa é valiosa por proporcionar entendimento mais amplo sobre a desinformação. A abordagem também poderá colaborar para tornar a pesquisa conhecida por outras pessoas, e que estas avancem na descoberta de novas investigações científicas sobre o presente assunto.

Diante desse cenário, o presente estudo tem como **objetivo geral** - investigar como a desinformação tem adentrado no núcleo familiar e interferido no combate à pandemia da COVID-19. São **objetivos específicos**: 1) Cotejar entre desinformação e o contexto da pandemia da COVID-19; 2) estudar como se dá essa tendência nos aplicativos de mensagens privadas em um núcleo familiar; 3) apontar serviços de fiscalização de desinformação

2 DESINFORMAÇÃO

Vivenciamos atualmente um período onde as tecnologias fazem parte das relações humanas. É válido supor que muitos que outrora tinham aversão por redes sociais ou até mesmo preocupação com a privacidade, ou políticas de uso, se renderam e integraram-se às *interfaces* digitais. Pierre Lévy, estudioso da cibercultura, afirmou que

os homens têm um extraordinário apetite para a interconexão, que envolve a escolha, a liberdade, a solidariedade, a interdependência e a consciência e a internet representa simplesmente o estado de reagrupamento da sociedade que se sucede à cidade física (LÉVY, 2001, p. 54).

A circulação ou troca de informação nas plataformas de mídia social permitem a comunicação instantânea entre partes, entretanto, apresenta um perigo iminente. Ao que parece, a hiperconexão tem trazido à tona um fenômeno social preocupante, como o caso da desinformação. Belluzzo (2005, p. 37), expõe que “a desinformação nessa era é talvez a razão da existência de muitos problemas sociais, visto que atinge o ser humano em sua maior propriedade: a racionalidade”.

Todavia, esse fenômeno tem ganhado enfoque nos dias atuais, porém a desinformação não é algo novo. De acordo com Brisola e Bezerra (2018, p. 3319) “a desinformação é um conceito antigo que nasce ligado a projetos militares de contra informação e espionagem, mas extrapola para os meios de comunicação e para aparelhos privados e estatais”. Apesar dessa evolução no processo de disseminação de notícia duvidosa e do ambiente informacional onde ela circula, Darnton (2017) descreve e contextualiza:

a invenção de verdades alternativas não é tão infrequente, e equivalentes às mensagens de texto e aos tuítes cheios de veneno de hoje podem ser encontrados em quase todos os períodos da história, inclusive na Antiguidade. Procópio, o historiador bizantino do século VI, escreveu um livro cheio de histórias de veracidade duvidosa, *História Secreta* (Anedota no título original), que manteve em segredo até sua morte, para arruinar a reputação do imperador Justiniano, depois de ter mostrado adoração a ele em suas obras oficiais. Pietro Aretino tentou manipular a eleição do pontífice em 1522 escrevendo sonetos perversos sobre todos os candidatos menos o preferido por seus patronos, os Médicis, e os prendendo, para que todo mundo os admirasse, no busto de uma figura conhecida como Il Pasquino, perto da Piazza Navona, em Roma. Os pasquins se transformaram em um método

habitual para difundir notícias desagradáveis, em sua maioria falsas, sobre personagens públicos[...] A produção de notícias falsas, semifalsas e verdadeiras mas comprometedoras teve seu apogeu na Londres do século XVIII, quando os jornais aumentaram sua circulação.

Circunstâncias como essas implicam na veracidade dos acontecimentos e na opinião pública. As pessoas podem ser induzidas a acreditar em determinado relato e conseqüentemente disseminar algo que não condiz com a realidade sem conferir.

Por desinformação, compreendemos o ato da distorção da verdade, agregado a princípios ideológicos, que podem provocar o pavor entre comunidades virtuais e físicas e influenciar a opinião pública. Nesse sentido, será apresentado algumas visões de autores e instituição acerca do assunto

O termo desinformação é comumente usado para se referir a tentativas deliberadas (frequentemente orquestradas) para confundir ou manipular pessoas por meio de transmissão de informações desonestas. Isso geralmente é combinado com estratégias de comunicação paralelas e cruzadas e um conjunto de outras táticas, como hackear ou comprometer pessoas (UNESCO, 2018, p. 7).

Corroborando também de forma conceitual Pinheiro e Brito (2014, p.1), “Desinformação significaria ausência de cultura ou de competência informacional, impossibilitando que o usuário localize por si mesmo a informação que necessita, não chegando, portanto, as suas próprias conclusões”. Outro autor manifesta a seguinte opinião: [...] “desinformação diz respeito aos efeitos dessas ações, isto é, ao estado de caos, de confusão, de dúvida, gerado em amplas parcelas da população que justamente necessitam e/ou buscam informação para definir suas opiniões e tomar suas decisões” (ARAÚJO, 2021, p.6).

Diante desses conceitos, o que chama a atenção, é a referência feita acerca da desinformação, atribuindo-a à falta de cultura e competência informacional. Compreende-se que nem todos possuem esses recursos. Assim sendo, é relevante conhecer para distinguir entre conteúdo autêntico, distorcido ou parcialmente verdadeiro. Os mecanismos de desinformação citados por Brisola e Bezerra (2018, p. 3320-3321), compreendem:

- a) O alinhamento aos interesses do poder econômico e do poder político nos meios de informação e comunicação;

- b) A dificuldade do usuário/leitor de interpretar as origens, fundamentos, contextos, funcionamentos e motivações das informações e fatos (dificuldade está muitas vezes estimulada pelos próprios veículos de mídia);
- c) O apartamento da ética de maneira geral, os códigos de ética profissional sistematicamente ignorados e a falta de crítica em pensar os sistemas de coibição ou sanção;
- d) A elaboração da maioria das notícias que circulam nos meios de comunicação hegemônicos e nas redes sociais de forma resumida, sem crítica, sem contraste, baseada em uma fonte interessada ou em interesses que não estão claros;
- e) A manipulação do silenciamento, frivolidade, desvio de atenção, marginalização de intelectuais rebeldes etc;
- f) O excesso de informação e a dificuldade em filtrar e selecionar as informações;
- g) O excesso de comoção e aderência a sentimentos e afetos ao invés da razão;
- h) A adesão ou condução a uma interpretação e visão de mundo que já vêm prontas;
- i) O tratamento desigual das garantias democráticas, dos direitos humanos e silenciamento e apagamento daquilo que não interessa a quem propaga ou produz a notícia;
- j) A produção e disseminação de informações sem contexto nem antecedentes, de forma incompreensível, com pontos de vista e escolhas tendenciosas;
- k) A definição de hierarquias pré-estabelecidas, como no caso de uma visão preponderantemente ocidental e da importância de certos países e seus assuntos sobre outros;
- l) A fetichização do imagético.

Compreende-se que essa forma de manipulação presente nas diferentes camadas sociais, têm ganhado espaço nas plataformas de massa. O que se torna um

problema, identificar, rastrear e combater as fontes que originam as falsas notícias, considerando que essas são compartilhadas e espalhadas de forma rápida. Outra dificuldade, consiste no desconhecimento das pessoas em verificar a veracidade dos fatos ou boatos (onde e como fazer). O portal Veja (2020) apresentou dados de uma pesquisa realizada pela empresa Kaspersky (serviços de cibersegurança), onde apontou os índices quantitativos de usuários da América Latina frente às *fake news*.

Em média, 70% dos latino-americanos não sabem identificar ou não têm certeza se conseguem diferenciar se uma notícia na internet é falsa ou verdadeira. Por nacionalidade, os cidadãos que menos conseguem diferenciar se uma notícia na internet é falsa ou verdadeira. Por nacionalidade, os cidadãos que menos conseguem reconhecer notícias falsas são os peruanos (79%), seguidos pelos colombianos (73%) e chilenos (70%). Mais atrás estão os argentinos e mexicanos, com 66%, e então os brasileiros (62%).

Percebe-se que a desinformação é algo que atravessa fronteiras, o que por vezes pode dificultar a conter os avanços de divulgações enganosas. É uma postura adotada não apenas por leigos, mas por pessoas que detêm o poder sobre a população. Como no caso do Brasil, onde figuras públicas (lideranças governamentais) falham e não apresentam soluções para conter a disseminação da pandemia da COVID-19, na contramão de outros países, espalham boatos, minimizam a pandemia, geram aglomeração, mostram maus exemplos à população não seguindo as regras que visam o controle da doença, etc. Diante do descaso face à pandemia, foi criada uma comissão parlamentar de inquérito (CPI). Mori (2021), a rede BBC news, externa que, “A CPI inicialmente foi criada para investigar ações e omissões do governo federal no combate à pandemia de COVID-19”.

Compreendemos que ações como essas, influenciam na descrença de cidadãos no enfrentamento e contenção da propagação do coronavírus.

2.1 Desinformação e Informação

Julga-se que é necessário discutir acerca do conceito de informação, para seguir a abordagem sobre a desinformação. McGarry (1999, p. 4) expõe que

A informação pode ser considerada como um quase-sinônimo do termo fato; um reforço que já se conhece; a liberdade de escolha ao selecionar uma mensagem; a matéria-prima da qual se extrai o conhecimento; aquilo que é permutado com o mundo exterior e não apenas recebido passivamente; definida em termos de seus efeitos no receptor; algo que reduz a incerteza em determinada situação.

Como foi visto, o termo remete significado abrangente, porém, o que chama atenção é a implicação desta sobre o destinatário leitor. Entende-se diante do argumento do autor, que a informação é a ferramenta que pode gerar significado para quem acessa. Considera-se também que é o recurso que o indivíduo pode relacionar com suas experiências e visões de mundo. Por fim, é algo capaz de munir as pessoas para que elas sejam capazes de tomar boas decisões.

Pela experiência empírica, observa-se que diariamente, os sujeitos estão expostos a inúmeras informações, o que não se restringe apenas ao mundo digital tão popular na atualidade. “O dia inteiro, todo dia, captamos informações por meio de nossos órgãos dos sentidos (visão, audição, olfato, paladar, tato, etc)” (MCGARRY, 1999, p.6). Considera-se que a grande quantidade de informação que se obtém cotidianamente nem sempre é assimilada ou usada para tomada de decisão, por exemplo.

Todavia, é preciso considerar que a falta de informação legítima, contextualizada e atualizada dificulta a solução de problemas, a exemplo do que a presente crise sanitária tem mostrado. A circulação de desinformação tem atrapalhado o combate ao coronavírus e causado o risco à saúde pública.

Em síntese, sob esta óptica desinformação consistiria em um grande conjunto de informações disponibilizadas cotidianamente, mas que não supririam o indivíduo com conhecimento necessário para participar do processo político e tomar as decisões necessárias ao progresso de sua própria vida e de seus semelhantes (PINHEIRO; BRITO, 2014, p. 2).

Nesse sentido, fica evidente que a desinformação é uma informação, porém, conjectura-se que essa não oferece subsídios capazes e necessários de solucionar problemas do sujeito, promover mudanças em si e no meio social em que vive.

2.2 Desinformação como fenômeno social

Com o imediatismo das redes, observa-se no atual momento um fenômeno social que inclina as pessoas ao repostamento de conteúdo ou ao encaminhamento de notícias manipuladas, ou enganosas nos aplicativos de mensagens privadas, a exemplo do *WhatsApp*, que é um dos canais utilizados para comunicação digital. Como forma de diminuir essa prática social de desinformação, essa rede social limitou o encaminhamento de mensagens no *chat*, como esclarece a matéria do portal de notícias G1 (2020):

O *WhatsApp* informou [...] que adotou novas medidas para evitar o compartilhamento de informações falsas pela plataforma em meio à pandemia do novo coronavírus. Agora uma mensagem que não foi criada pela pessoa que irá reenviá-la só poderá ser encaminhada para um destinatário por vez.

Apesar das limitações impostas pela plataforma de comunicação, observa-se uma tendência quanto ao uso do aplicativo para a disseminação das notícias falsas, principalmente na pandemia da COVID-19. Percebe-se que os canais de mensagens privadas são o caminho para o tráfego da desinformação. Onde um determinado usuário cria e compartilha conteúdo impreciso, levando outras pessoas a consumir e espalhar alegações falsas. Em uma matéria da rede BBC, feita pelo jornalista Souza (2018), mostrou o entrevistado e diretor da Associação Brasileira de Psiquiatria, Claudio Martins, afirmando que:

Quando a pessoa recebe uma notícia que a agrada, são estimulados os mecanismos de recompensa imediata do cérebro e dão uma sensação de prazer instantâneo, assim como as drogas. Ocorre uma descarga emocional e gera uma satisfação imediata. Isso impulsiona a pessoa a transmitir compulsivamente a mesma informação para que seu círculo de amigos sintam o mesmo. Por isso, há os encaminhadores compulsivos".

O imediatismo de estar informado agregado com a velocidade e alcance das redes, ao que parece, têm contribuído para que mais pessoas fiquem desinformadas e enganadas, pois, elas passam a consumir e compartilhar diversos conteúdos de modo desenfreado, sem o senso crítico de questionamento das informações recebidas. Se por um lado os autores dos boatos visam impor suas

ideologias, mexer com os sentimentos e emoções das pessoas e conseqüentemente levar temor às camadas sociais, por outro lado, é necessário entender como essas manchetes ou rumores têm tido tanto efeito na tomada de decisão dos usuários.

É preciso salientar que essa prática social que inunda os *chats* privados e se prolifera de forma rápida é de difícil contenção. A atenção dada às informações falsas (de forma consciente ou não) tem reflexo sobre outros. Sem generalismo, é válido supor, que a sociedade tem se moldado a certos segmentos. Podemos elencar diversos exemplos: a moda que influencia e leva várias pessoas a se vestirem iguais, a propensão em obter o modelo de celular lançado mais recentemente, a busca por padrões de vida (ter) e identidade (ser) que não lhe cabe ou pertence e a exemplo do que o presente trabalho discorre, o compartilhamento de notícias imprecisas.

Além disso, a disseminação em massa da desinformação tem implicações na descrença de determinados grupos, o que os torna resistentes aos fatos reais, a exemplo do que acontece em determinadas tribos indígenas do Brasil que não creem na imunização por vacinas.

Agentes de saúde relatam resistência por causa de conteúdo falso espalhado pelo WhatsApp; missionários estrangeiros e pastores pregam contra imunização; em quase três meses, menos de 70% dos indígenas foram vacinados contra o coronavírus no Brasil (GRAGNANI, 2021).

Ter-se-ia inferir pela percepção do cotidiano que as mídias sociais têm uma influência e um poder de persuasão muito grande, principalmente quando o conteúdo provém de alguém no qual o indivíduo credita a sua confiança. Para Serrano (2010, p.9), os meios de comunicação de massa têm a função de “convencer o conjunto das populações de sua adesão às ideias das classes dominantes”. Como no caso das lideranças políticas, dos grupos pró-governo, personalidades, influenciadores digitais ou mesmo de quem compartilha o conteúdo distorcido da realidade. Compreendemos que a probabilidade de a pessoa acreditar em dados falsos postados por alguém do ciclo de confiança é bem maior em relação a informações confiáveis de fontes que tenham respaldo e compromisso com a verdade.

Evidencia-se também a alienação e imprudência das pessoas em reter a notícia falsa, dando credibilidade em tudo que recebe. Pode -se observar em eventos de crise (sanitária, política, econômica, etc.) a grande quantidade de informações e

rumores que surgem e que são amplamente divulgadas nas mídias digitais. Circunstâncias assim, podem gerar um problema maior que a eventual crise, considerando que a disseminação de notícias falsas circula rápido.

Verifica-se que o fenômeno da desinformação é uma questão que além de causar especulações, confusão e desespero, torna-se difícil reverter a credibilidade dada ao conteúdo falso, mesmo depois de ser desmistificado.

Além dessa prática, observa-se também no meio social um comportamento tendencioso de apegar-se às próprias convicções ou mitos. Onde a pessoa se depara com fatos concretos experimentados e vistos no cotidiano, todavia opta por crer na sua própria opinião. Em meio a atual crise do Coronavírus onde é noticiado a gravidade da doença, as sequelas deixadas pela enfermidade e o número exorbitante de vidas ceifadas, todavia, parece que ainda existe quem ignore a presente realidade.

Os meios de comunicação divulgam aos telespectadores, registros de aglomerações em diversos espaços, pessoas sem máscaras ou fazendo uso inadequado do item de proteção, como se não estivessem sujeitas a contrair o vírus. É notório que condutas como essas tendem a ser justificadas com o negacionismo, onde se minimiza a doença e se contesta as medidas preventivas contra a pandemia. Buscando desse modo massagear o seu ego e desacreditar das fontes confiáveis de informação.

Práticas como essas podem ter impacto negativo de ambos os lados (pessoal e coletivo), considerando que a opinião formada se opõe a aceitação das informações fidedignas e das situações reais.

2.3 Infodemia no contexto da COVID-19

Já faz parte do cotidiano a era digital. Por intermédio das tecnologias o usuário tem na atualidade uma grande quantidade de informação disponível. Independente da mídia social utilizada, percebe-se a sobrecarga de informações que chegam ao leitor, o que não se restringe apenas a esses canais de interações específicos, mas também as páginas da web que são sobrecarregadas de anúncios diversos.

Todavia, o que devia tornar as pessoas mais cientes da realidade que ocorre no meio social veio também alienar e confundir, levando-as a consumir todo e qualquer tipo de informação (duvidosa) e distanciá-las das fontes fidedignas. Diante dessa realidade, compreendemos o problema como infodemia.

A palavra infodemia se refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa. Na era da informação, esse fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastra mais rapidamente, como um vírus (OPAS, 2020, p. 2).

Na mesma perspectiva, a autora Zattar (2020, p. 3) corrobora que “A infodemia, portanto, não está relacionada à qualidade ou ao tipo de informação e sim à quantidade de modo primário, ou seja, o excesso de informação atrapalha na verificação da confiabilidade e/ ou da veracidade”. No cenário atual de COVID-19, observa-se que despontou um grande número de notícias imprecisas, e que se proliferam de forma rápida devido ao compartilhamento e o alcance que as redes têm sobre as massas. Dentre os assuntos relacionados à pandemia, surgiram boatos em torno da doença e teorias de conspiração. A exemplo do exposto por Blitt (2020),

As ideias de que o Sars-CoV-2 foi deliberadamente criado em um laboratório pela indústria farmacêutica de olho no lucro com a venda de uma vacina, ou que foi espalhado pelos governos da China ou dos Estados Unidos, ou que é disseminado por meio do sinal 5G, são aceitas por um número significativo de pessoas em todo o mundo, segundo revelou uma pesquisa global feita recentemente.

Percebe-se que o excesso de conteúdo disponível (e não filtrado) é um desafio a ser vencido. Como foi visto, esses rumores são aceitos e disseminados pelas pessoas, que além de causar conflitos entre a informação certa e a duvidosa na tomada de decisão, tendem a descredibilizar as instituições que pesquisam e que apresentam os fatos reais do cotidiano.

Todavia, se existe o problema, soluções devem ser buscadas a fim de minimizar os impactos desta nas camadas sociais. Acredita-se que a grande quantidade de conteúdo que circula nas mídias digitais não deve ser simplesmente

ignorada, porém filtrada, buscando fontes que tenham compromisso com a verdade e que disponham informações na íntegra e atualizada.

2.4 Desinformação e fake News

Embora os termos pareçam confusos e os conceitos remetem semelhanças, é necessário distingui-lo para melhor clareza. Do modo que foi exemplificado, a desinformação não é na sua totalidade uma mentira, como explica Brisola e Bezerra (2018, p.3319), “a desinformação não é necessariamente falsa; muitas vezes, trata-se de distorções ou partes da verdade”. Como no caso da presente crise sanitária, onde têm surgido muitas informações desonestas sobre remédios alternativos para a cura, descredibilizando as instituições de saúde e a ciência e o que estas recomendam. Supõe-se que essas notícias distorcidas e fragmentadas que são compartilhadas tendem a aceitação como algo que é real, com base na crença do indivíduo.

Já o termo *fake news* ganhou notoriedade e está muito presente na atualidade. Segundo Araújo (2021 p. 4),

Literalmente, as fake news significam notícias falsas. O primeiro elemento de sua caracterização é sua falsidade: elas são produzidas com a intenção de mentir, de enganar, de distorcer ou esconder a verdade. O segundo elemento é que elas buscam ser apreendidas como notícias jornalísticas verdadeiras. Ou seja, as fake news são parte de uma estratégia que reconhece a legitimidade do discurso jornalístico, das instituições jornalísticas e, em lugar de questionar essa legitimidade, na verdade se aproveitam delas para terem credibilidade.

Entende-se que as notícias falsas são tediosas e criadas com a intenção de enganar as massas, seja, para fins políticos, pessoais, de ultraje, ideológico, etc. “Outro fator que também influencia muito na criação e disseminação de *fake news* é o conteúdo muitas vezes ideológico que tais notícias possuem, geralmente espalhando boatos e inverdades sobre as pessoas nelas envolvidas”. (DALESSANDRO; CASTANHA; VERONEZ JUNIOR, 2020, p.5). Vê-se que por trás dos conteúdos errôneos têm pessoas, buscando seus interesses e a credibilidade do leitor a partir de manchetes propositalmente criadas. Para melhor entendimento e

abrindo um breve parêntese sobre a temática, temos como modelo o período eleitoral, onde um candidato degride a imagem do oponente, difundindo mentiras e muitas vezes até afetando o processo eleitoral limpo e democrático. Um segundo exemplo, embasado nas experiências do cotidiano (conhecimento de pessoas que rejeitam a imunização) é atribuído a não aceitação da vacina contra o coronavírus, onde indivíduos são influenciados por conteúdo intencionalmente enganoso disseminados nas mídias digitais por líderes políticos e religiosos que põe em dúvida a eficácia e segurança da vacinação.

Entende-se que ambos termos atrapalham e são retrocessos, não só no campo da saúde, mas também para a sociedade em geral. Vê-se que a expressão *fake news*, muitas vezes é até trivializada, contudo, é um assunto que merece muita atenção, principalmente se relacionado à saúde, educação, segurança e democracia, pois esta afeta a vida dos indivíduos. Como comparativo, uma dada notícia falsa chega a um leitor e este movido por sua crença e opinião, compartilhar o conteúdo inverídico, logo poderá influenciar outros a terem o mesmo comportamento, conseqüentemente afetando a vida das demais pessoas.

Um dos problemas mais notórios dessas notícias falsas, veiculadas em meios de comunicação de fácil acesso, é a banalização do conteúdo que abordam. No decorrer do compartilhamento e com a visualização repetida das temáticas debatidas nas notícias falsas, o indivíduo adquire a tendência de banalizar o que tem sido dito. Desta forma, ao diminuir seu senso crítico frente a estas notícias, acaba aceitando-as como verdadeiras. Este problema se torna ainda mais significativo, uma vez que, frente a pandemia, certas atitudes errôneas podem comprometer amplamente a saúde coletiva. Dessa forma, gera-se perda da eficácia de medidas preventivas (como o afastamento social) e/ ou são gerados falsos alardes ou falsas esperanças para o leitor (MATOS, 2020, p. 80)

A afirmativa feita pelo autor traz à tona dois problemas difíceis de conter; o problema da saúde pública e as *fake news* que se originam em torno dessa. A circulação de informações enganosas poderá levar a sociedade ao alarmismo e a banalização do evento. Acentuando a descrença na doença e freamento de rumores e desinformação. No *blog* da Unicamp Mariosa (2020), descreve, de forma sucinta, a diferença entre desinformação, *fake news* e infodemia.

Figura 1 – Conceitos de notícias falsas, desinformação e infodemia



Fonte: Mariosa (2020).

2.5 Identificação de notícias manipuladas ou falsas

Anteriormente, no subtópico sobre infomedia (2.3), foi mostrado o grande volume de notícias que são espalhadas acerca de um determinado evento ou assunto, como, por exemplo, a pandemia do coronavírus. Muitas vezes falta conhecimento do indivíduo para identificar uma informação distorcida ou incompleta, ou mesmo o desconhecimento de ferramentas de checagem de conteúdo. E essas informações não se resumem apenas a textos sobre algum assunto estipulado, mas a quais outros tipos de arquivos de mídia.

Alguns portais, apresentam diretrizes que podem ajudar o cidadão a reconhecer a não realidade dos fatos. Matéria do portal G1 (2018) em conjunto com outras empresas jornalísticas, apresentam dicas básicas para quem quer aprender a identificar se a informação é íntegra ou não. Essas orientações envolvem: não ler só o título, desconfiar de textos alarmistas, observar que informações vagas são um mau sinal, conferir a data da publicação, ter cuidado com arquivos que podem ser manipulados, a exemplo de vídeos, fotos e áudios, conferir a informação em outras fontes profissionais de imprensa e verificar o conteúdo antes de compartilhar. Mais na frente serão apresentados instrumentos que viabilizam a checagem de informação.

A plataforma do governo do estado de São Paulo (2020), também divulga orientação para pessoas que desejam reconhecer informação duvidosa ou falsa, que embora semelhantes e já citadas anteriormente (desconfiar das informações, observância quanto a erros e exageros, verificar informações, observar se é notícia atual, conferindo a data e fazer buscas em sites oficiais), são apresentadas de forma resumida e simples de compreender.

Entende-se que essas são medidas que podem ser adotadas pela população, com vista a combater o fenômeno desinformação que vem sendo difundido nas redes de informação e comunicação. Porque se compreende que quanto mais preparação o indivíduo tiver para reconhecer e refutar as informações falsas ou manipuladas, menor será o número de pessoas engodadas.

3 A PANDEMIA DA COVID-19 E DA DESINFORMAÇÃO

Em 2019 surgem os primeiros casos de uma doença infecciosa, que rapidamente se espalhou por vários países, causando mortes e gerando crises em todo o mundo. Os primeiros relatos de pessoas que contraíram o vírus causador da doença, tem como referência geográfica a região de Wuhan, na China. “A COVID-19 é uma doença causada pelo coronavírus, denominado SARS-CoV-2, que apresenta um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves”. (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2021).

Com o surto da COVID-19 o mundo ficou em alerta, levando países e diversas organizações a se mobilizarem com o objetivo de conter a pandemia. Diversas medidas preventivas foram criadas como resposta à crise sanitária, como, por exemplo, o isolamento social, a utilização de máscaras faciais, a higienização das mãos, etc. Diante desse cenário da pandemia, despontou também o desafio para conter outro agravante, a desinformação. Ao portal Folha de São Paulo, Queiroz (2020), expõe que

Rumores não confirmados sobre a origem do novo coronavírus, falsos tratamentos e meios de prevenção sem comprovação científica se espalharam antes mesmo de ele chegar ao país. Já os boatos sobre caixões enterrados vazios, hospitais sem pacientes e distorções de dados oficiais brotaram conforme a pandemia avançava. As ondas de desinformação se caracterizavam pela intensa aparição em redes sociais de conteúdos falsos sobre um mesmo tema em um curto período de tempo. De 24 de janeiro a 30 de junho, a Lupa desmentiu 229 conteúdos relacionados ao novo coronavírus.

Observa-se que em tempos de crise, surgem também as especulações no ambiente online. A falta de informações precisas confunde e interfere na conscientização dos indivíduos frente a crise de saúde global. “Tal como o vírus da COVID-19, a disseminação de notícias diversas acontece em paralelo, gerando prejuízo que causa a informação equivocada em saúde para a população” (Neto *et al.*, 2020, p.3).

Percebe-se que na ocorrência de acontecimentos que geram impactos, crises, comoções e que principalmente envolve a vida das pessoas, aumenta a potencialização de inúmeras informações. Giordani *et al* (2021, p. 2865), explicam,

Na verdade, há tanto conteúdo na internet que às vezes pode ser difícil para os usuários distinguirem informações confiáveis de conteúdo duvidoso ou mal intencionado. Isso parece ter se evidenciado de tal maneira durante a pandemia de COVID-19 que passamos a nos preocupar tão fortemente com o fenômeno da disseminação de conteúdo enganoso e mal intencionado quanto com a propagação do novo coronavírus.

Com o surgimento da pandemia e sua acessão, observou-se nas redes uma quantidade significativa de assuntos relacionados a doença, todavia, diferente das medidas de contenção que foram estabelecidas para conter o seu avanço, diversas informações circularam livremente, ficando a cargo do leitor selecionar e verificar a autenticidade da notícia.

3.1 Plataformas de mensagens privadas

O modo como as pessoas interagem atualmente, mostra a força que as mídias sociais têm sobre o comportamento humano. Ao que parece, esse modo de comunicação está tornando a convivência social próxima e, ao mesmo tempo, distante, se considerarmos que pessoas podem estar no mesmo ambiente e cada uma dando atenção ao seu aparelho de comunicação digital.

O uso das plataformas de mensagens privadas como meio de comunicação vem se popularizando e ganhando cada vez mais espaço. Entendemos que essas plataformas de mensagens são os aplicativos de conversas instantâneas que a maioria da população utiliza no seu dia a dia, a exemplo do *WhatsApp*, *Facebook Messenger*, *Telegram*, entre outros. Conectados à rede, esses canais de comunicação social oferecem diversas funcionalidades, como o envio e o recebimento de conteúdos midiáticos. De acordo com Fayet e Carvalho (2018, p. 298):

Atualmente, as novas ferramentas de comunicação, como os aplicativos de mensagens instantâneas, ultrapassam muitas barreiras da tecnologia, uma vez que, além de mensagens de texto, é possibilitada aos seus usuários a troca de fotos, vídeos, documentos, músicas e demais áudios, tudo em tempo real e em segundos, independentemente da localização da pessoa. Com efeito, toda essa infinidade de elementos, os quais são privativos, ficam restritos aos usuários das contas nos aplicativos de mensagens e a seus respectivos interlocutores.

Entendemos que por possibilitar tantos recursos, as plataformas de mensagens privadas têm se tornado um meio pelo qual se cria e se propaga a desinformação. Entretanto, a ferramenta comunicativa pode ser benéfica ou maléfica, se considerarmos a sua finalidade e a intenção de quem a opera. Nesses espaços interativos, por exemplo, é difícil saber a origem de um boato, de onde surgem dados imprecisos, o impacto que vai ter para os destinatários.

Dentre os veículos de mensagens privadas que mais se destacam na disseminação de mensagens duvidosas está o *WhatsApp*. Levantamento feito pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), mostra que “10,5% das notícias falsas foram publicadas no *Instagram*, 15,8% no *Facebook* e 73,7% circuladas pelo *WhatsApp*”. É preciso considerar que esse número elevado evidencia a preferência do uso do aplicativo pelos indivíduos manipuladores, por ser uma rede fechada e que possui um alto alcance na comunidade virtual.

Como redes de comunicação privada, é importante observar que são apenas canais de conversação, no entanto, é preciso salientar que são as fontes humanas que produzem e espalham amplamente conteúdo enganoso para o público.

3.2 Serviço de checagem de desinformação

Em meio ao problema da desinformação e o desafio de barrá-las, foram criadas ferramentas que visam combater a desinformação. Contudo, vale ressaltar que para conter a proliferação da desinformação é necessária uma conscientização dos usuários na checagem de notícias. De nada adianta as organizações desenvolverem instrumentos de verificação de conteúdos se as pessoas não tomarem conhecimento ou fizerem uso dos mesmos. Percebe-se que é essencial no atual momento de pandemia, cada indivíduo está munido de informação confiável e precisa, para só assim diluir e enfrentar a crise da desinformação.

Dentre os serviços que visam a verificação dos fatos está a agência Lupa. Uma pioneira na checagem de fatos no Brasil.

A Lupa é uma plataforma de combate à desinformação através do fact-checking e da educação midiática. A empresa, fundada em 2015, iniciou sua trajetória como uma agência de notícias especializada em fact-checking, mas,

em cinco anos de atuação, expandiu suas atividades para o ensino de técnicas de checagem e para sensibilização sobre desinformação e seus riscos (LUPA, 2015).

Figura 2 – *Print* da plataforma Lupa



Fonte: Lupa (2015).

O método de trabalho utilizado pela rede de checagem, consiste em verificar a fala de pessoas públicas que são veiculadas nos canais de comunicação e a partir disso estabelece parâmetros de importância que englobam se o autor da fala tem influência nacional, temas de interesse público e conteúdos que tenha tido relevância nos meios de comunicação de massa. (LUPA, 2015). O site da agência Lupa utiliza nove etiquetas para classificar o conteúdo. 1- a etiqueta ainda é cedo para dizer: refere-se que a informação pode vir a ser verdadeira, mas que ainda não foi categorizada como tal. 2- A legenda contraditório: se aplica quando é verificado que uma fonte distorceu o que disse e entrou em contradição. 3- De olho: etiqueta usada para monitoramento, acompanhamento de conteúdo. 4- Falso para conteúdo analisado e checado como incorreto. 5- Exagerado: etiqueta usada para classificar que a informação está no caminho correto, mas que o seu conteúdo contém exagero. 6- Insustentável: Não existe embasamento ou dados públicos que confirmem a informação. 7- Verdadeiro: para informação legítima. 8- Verdadeiro mas: a informação é verdadeira, contudo insuficiente para o leitor. 9- Subestimado: a informação minimiza a realidade dos dados graves.

Outra iniciativa que visa combater a desinformação é o projeto *comprova*. Formado por jornalistas comprometidos em investigar e desmistificar publicações que circulam nas redes sociais e nos aplicativos de mensagens. O site do projeto disponibiliza filtros para a busca, faz a divulgação de boatos que já foram averiguados, bem como, oferece a opção para o leitor enviar notícias suspeitas para verificação via *WhatsApp*.

Figura 3 – *Print* da plataforma *comprova*



Fonte: Comprova [201-?]

Já o site *FakeCheck* foi idealizado por dois alunos e um professor do (ICMC-USP) instituto de ciências matemáticas da computação da Universidade de São Paulo. A plataforma criada no meio acadêmico oferece um layout simples e fácil de usar. Nela o usuário insere o conteúdo a ser verificado e envia no campo destinado. Tem a opção de conferir no próprio site do projeto ou via *WhatsApp*. O método utilizado pelo sistema retira atributos linguísticos da notícia e atribui aprendizagem de máquina na obtenção do resultado. (*FakeCheck*, [201-?]).

Figura 4 – Página da *FakeCheck* na web Detector de Fake News

Como funciona?

Copie o texto de uma notícia, cole na caixa abaixo e clique em "Enviar". O sistema irá processar o texto para identificar características de escrita, como palavras usadas ou classes gramaticais mais frequentes, e utilizar essas características em um modelo de aprendizado de máquina que classificará a notícia em verdadeira ou falsa. Para mais informações sobre como o sistema funciona e sua taxa de acerto, clique [aqui](#). Você também pode utilizar o nosso [bot do WhatsApp](#).

ATENÇÃO: Utilize o texto completo da notícia! O texto deve ter pelo menos 100 palavras. O sistema pode não funcionar corretamente com apenas partes de notícias.

Insira o texto da notícia aqui:

Notícia

Modelo de Detecção

Palavras do Texto

ENVIAR >

Fonte: FakeCheck [201-?]

No combate à desinformação está também o Fato ou *Fake*. Essa plataforma de detecção de notícias é do grupo Globo. Ao navegar no portal, o usuário encontra diversos conteúdos (imagem, mensagem, vídeo, áudio) que já foram checados e classificados como falso ou verdadeiro. Para análise dos resultados,

Os jornalistas monitoram as redes sociais por meio de um amplo leque de ferramentas e trocam dados entre si sobre o resultado do monitoramento e das checagens. Após a constatação de que uma mensagem tem sido muito compartilhada nas redes sociais, os jornalistas investigam a fonte que deu origem a ela, se está fora de contexto ou é antiga e se as imagens apresentadas correspondem ao que é narrado. Em seguida, são ouvidas as pessoas citadas. A apuração segue com a manifestação de fontes oficiais, testemunhas e especialistas que possam ajudar a esclarecer o que está escrito ou dito na mensagem (G1, 2020).

Figura 5 – Print do site fato ou fake



Fonte: G1 (2020).

É um trabalho minucioso de verificação. Crê-se, porém, que parte do trabalho de investigação pode ser feito por qualquer usuário, que tenha a curiosidade de duvidar, questionar e verificar o conteúdo recebido em *chats*.

No Brasil também atua a Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD). A entidade virtual é formada por diversos parceiros, a exemplo de agências de verificação de dados, ferramentas de monitoramento e checagem de fatos, redes de comunicação, etc. O projeto disponibiliza também na sua página, a checagem de boatos em redes sociais.

Figura 6 - Print da página da RNCD na web



Fonte: RNCD (2019 ou 2020).

Como foi visto, as plataformas de checagem de notícias possuem uma interface intuitiva na qual poderá ajudar o usuário a descobrir o que é fato e o que não é. Desse modo, reduzir a onda de desinformação que circula nas redes de comunicação privada.

3.3 Competências em informação e o papel do bibliotecário

O excesso de informação que chega a cada um e que envolve a comunicação e a forma de estar informado (ou desinformado), leva-nos a crer o perigo a qual a estamos sujeitos. Perante o exposto, vê-se a necessidade de pensar criticamente, saber selecionar fontes confiáveis de informação e avaliar se o conteúdo é falso ou verdadeiro, para só então decidir qual a melhor resposta que resolva um dado problema informacional.

Supõe-se que o indivíduo desenvolve certas aptidões que perpassam seu conhecimento de mundo e aprendizagem escolar etc. Contudo, consideramos necessário que o cidadão desenvolva habilidades que o torne apto a suprir as suas necessidades informacionais.

Diante disso emerge o papel da competência em informação que “... é compreendida aqui como uma prática sociotécnica que permite reconhecer quando a informação é necessária e, a partir disso, saber localizar, avaliar e utilizar a informação de forma eficaz, crítica e ética” (ZATTAR, 2020, p.8). Corroboram também nesse sentido Brisola e Romeiro (2018, p.70), “Diante disto, deseja-se que os indivíduos além de reconhecer sua necessidade de informação, buscar e acessar, distingam informações relevantes para seus interesses de boatos, fake news, distorções da informação etc)”.

Acreditamos que por meio do desenvolvimento dessa habilidade, o indivíduo terá condições de encontrar informações que satisfaça a suas necessidades informacionais e a de terceiros.

Mas como desenvolver essa competência? Neste ponto, destaca-se o papel do bibliotecário, com habilidades e competências precisas em lidar com a informação (organização, tratamento e recuperação da informação). Segundo Ventura; Silva e Vitorino (2018, p.41),

O grande volume informacional requer uma competência “guarda-chuva” para identificar quais habilidades, conhecimentos, comportamentos, valores e atitudes devem ser mobilizados para a identificação de oportunidades e para a solução de problemas de informação, por isso os profissionais competentes em informação passam a desempenhar o papel de mediadores e também instrutores no uso de informações e suas fontes.

Outro trabalho científico ressalta o papel do bibliotecário no cenário informacional e no atendimento à necessidade do usuário.

Nesta perspectiva, acredita-se na figura de profissionais de Biblioteconomia (Bacharéis e Licenciadas/os) como agentes de transformação no que consiste a mediação das informações para além da informação dada, exposta no ambiente web e consumida por usuários. (BRISOLA; ROMEIRO, 2018, p.75).

Presumimos que em uma sociedade que demanda tanta informação, a contribuição do bibliotecário vai além de oferecer recurso informacional ao usuário. Ele é um agente transformador no meio social, pois, contribui para que indivíduos sejam alfabetizados informacionalmente e desse modo, colabora para estes fazerem diferença em uma sociedade que precisa cada vez mais de pessoas esclarecidas e que saibam tomar boas decisões que não beneficiem apenas a si.

4 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa exploratória efetivada através de um estudo de caso, com o intuito de encontrar respostas para o fenômeno estudado e por meio desse processo de pesquisa, avançar em novos conhecimentos. O método utilizado é o quantitativo, que “caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coletas de informação, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas”. (RICHARDSON, 1999, p.70).

A presente temática não dispõe de muitos subsídios bibliográficos, mas procuraremos explicar por meio da pesquisa exploratória, a produção existente. Gil (2008, p. 27) expõe que:

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. [...] são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

A pesquisa exploratória é frequentemente conduzida porque um problema ainda não foi claramente definido, ou seu escopo real ainda não está claro. Promove a familiarização com o problema a ser estudado.

Observa-se que essa categoria de pesquisa busca desvendar os motivos de possíveis relações de causa ou efeito. Isso pode ocorrer quando os pesquisadores começam a entender o fenômeno que estão observando. A pesquisa exploratória “[...] envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que “estimulem a compreensão” (SELLTIZ *et al.*, 1967, p. 63 *apud* GIL, 2002, p. 41).

No embasamento do trabalho foi aplicado a pesquisa bibliográfica. Com base nessa categoria de pesquisa, busca-se desenvolver o presente estudo a partir de formulações existentes. Corroborando com Severino, 2007, p. 122,

A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utilizam-se dados de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir de contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos.

O mecanismo utilizado na busca, deu-se no repositório E-LIS, na base de dados BRAPCI e SCIELO. Os termos empregados na consulta foram desinformação e desinformação na pandemia. Como material adicional foi usado plataformas da *internet* (fontes jornalísticas e canais de informação que combatem a desinformação) para acompanhar as atualizações do surto global da doença.

Neste trabalho, o instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário com perguntas fechadas aplicado ao núcleo familiar da autora. Segundo Gil (1987, p. 124) o questionário é entendido:

Como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.

A aplicação desta técnica de pesquisa foi feita de modo remoto (via *email* e *WhatsApp*) por meio da ferramenta *Google Forms*. O formulário de pesquisa foi enviado para vinte e uma pessoas, contudo, 17 pessoas retornaram com as respostas, entre elas dez mulheres e sete homens.

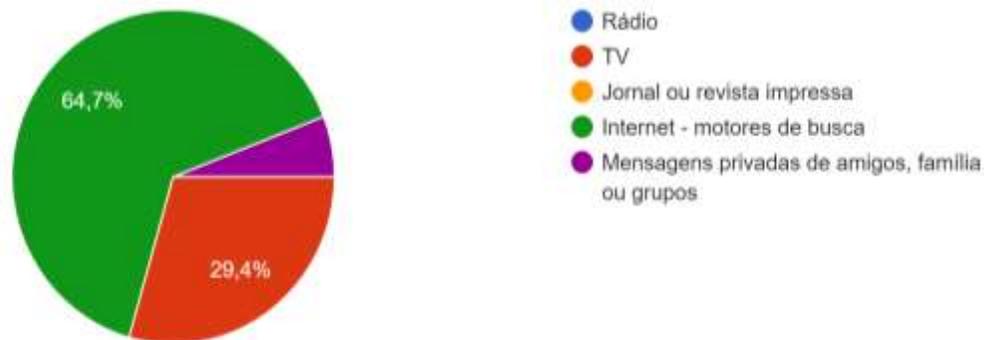
5 ANÁLISE DOS DADOS

Inicialmente as respostas obtidas no questionário foram analisadas com base na ordem que consta no formulário. De início perguntou-se questões demográficas padrão (idade, gênero, escolaridade) a fim de verificar o perfil pessoal de cada participante. Posteriormente foi questionado sobre o modo como as pessoas obtêm informação. A pergunta visou conhecer o canal de acesso utilizado por cada integrante da pesquisa no ato de informar.

Gráfico 1 – Mídia utilizada para se informar

Qual canal de comunicação você utiliza para se informar?

17 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Ficou perceptível por meio das repostas, a preferência do público por acessar notícias na *web*. Supõe-se que seja pela facilidade de pesquisar conteúdo em qualquer suporte que tenha conexão à rede e o alcance em tempo real de qualquer notícia ao redor do mundo. Foi observado que a TV ainda atua como instrumento informativo para alguns, o que vale destacar é que ela ainda é utilizada mesmo com inovações e facilidades tecnológicas, a exemplo do celular, onde a pessoa tem a notícia na palma da mão. A pesquisa também apontou a pequena parcela de indivíduos que usa os aplicativos de mensagens privada como veículo informativo.

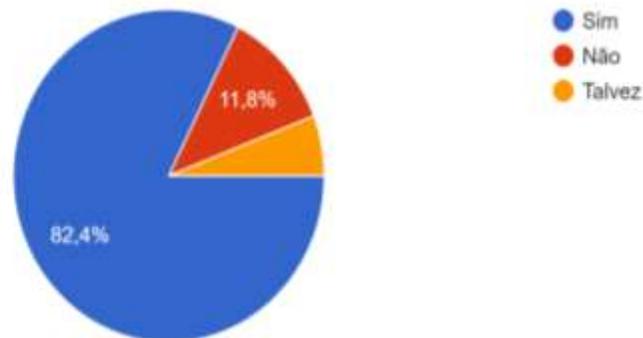
A pergunta seguinte foi a respeito dos conteúdos manipulados e falsos que circulam nos aplicativos de mensagens privadas de cada participante da pesquisa. O objetivo da indagação era descobrir se o público alvo, consome notícia sem o crivo de

questionamento. Nesse sentido, buscou-se conhecer se toda a amostra já teve contato com alguma espécie de informação distorcida nas mídias digitais e se essas suspeitaram do teor da mensagem recebida.

Gráfico 2 – Recebimento de conteúdo desinformativo

Você já recebeu algum conteúdo nocivo em aplicativo de mensagem privada e desconfiou da sua veracidade?

17 respostas



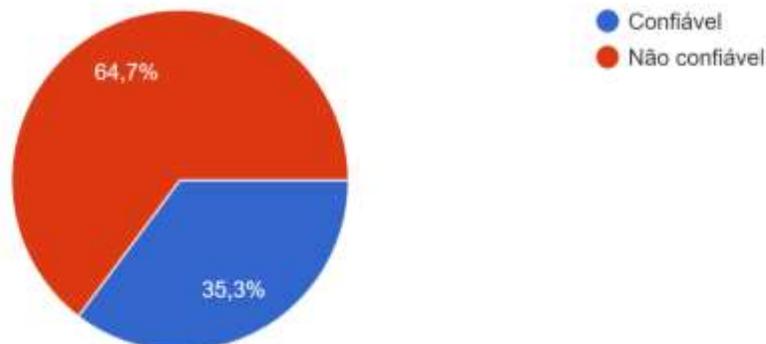
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Foi constatado que grande parte da população consultada já teve acesso a informações não fidedignas nos seus *chats* de conversas e que parte dela demonstrou dúvida quanto a veracidade do conteúdo recebido. A consulta também mostrou que uma pequena porcentagem (5,9%) acha possível já ter recebido algum material com conteúdos imprecisos. Fato que nos leva a pressupor que nem todos conseguem distinguir o que é fato ou falso.

Adiante foi perguntado acerca da confiança dada as notícias advindas das conversas dos mensageiros privados. Buscou-se por meio da questão, descobrir a percepção das pessoas sobre as notícias que lhes são compartilhadas.

Gráfico 3 – Nível de confiança das notícias recebidas nos *chats* privados
Quão confiável são as notícias que você recebe nos aplicativos de mensagens privadas?

17 respostas



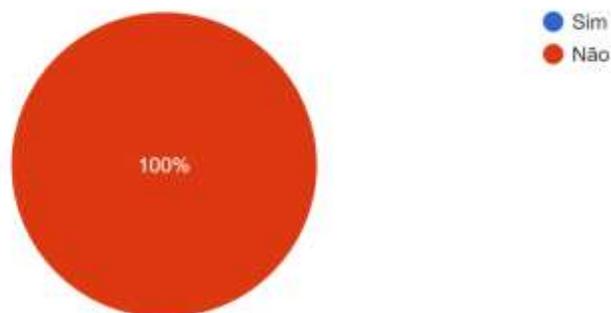
Fonte: Elaborada pela autora (2021).

Foi apurado que grande parte da população consultada atribui crença nas notícias recebidas e que a outra parte da amostra desconfia, o que se leva a crer que tal população usa de critério para avaliar as informações recebidas, sem simplesmente tê-las como verdadeiras.

A pergunta seguinte (Gráfico 4) também está relacionada com a crença do indivíduo nas informações obtidas. Desta feita sobre discursos políticos e religiosos. O objetivo era saber se a fala desses atores públicos refletiam na tomada de decisão de cada um.

Gráfico 4 – Nível de credibilidade em fala de lideranças políticas e religiosas
Você diria que confia em toda e qualquer informação vinda de personalidades públicas (líderes políticos e religiosos)?

17 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

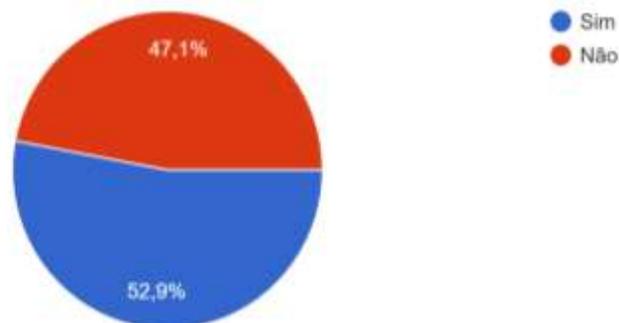
Os respondentes disseram de forma unânime que não acreditam em discursos vindo de autoridades políticas e religiosas. O que ficou evidente no resultado da enquete é que embora essas autoridades tenham algum tipo de destaque no meio social, seus discursos não conseguem persuadir e convencer os ouvintes.

Depois foi questionado se os participantes da pesquisa já receberam algum conteúdo falso sobre a COVID-19 nos mensageiros privados e se estes haviam feito o encaminhamento para outros indivíduos. A finalidade da indagação consistiu em descobrir o nível e o alcance da propagação da desinformação durante a pandemia.

Gráfico 5 – Conteúdo falso sobre a COVID-19 disseminado nos aplicativos de mensagens privadas

Você já recebeu algum conteúdo falso sobre a Covid-19 (foto, vídeo, notícia, áudio) e compartilhou com outras pessoas no WhatsApp, Messenger, telegram, etc.?

17 respostas

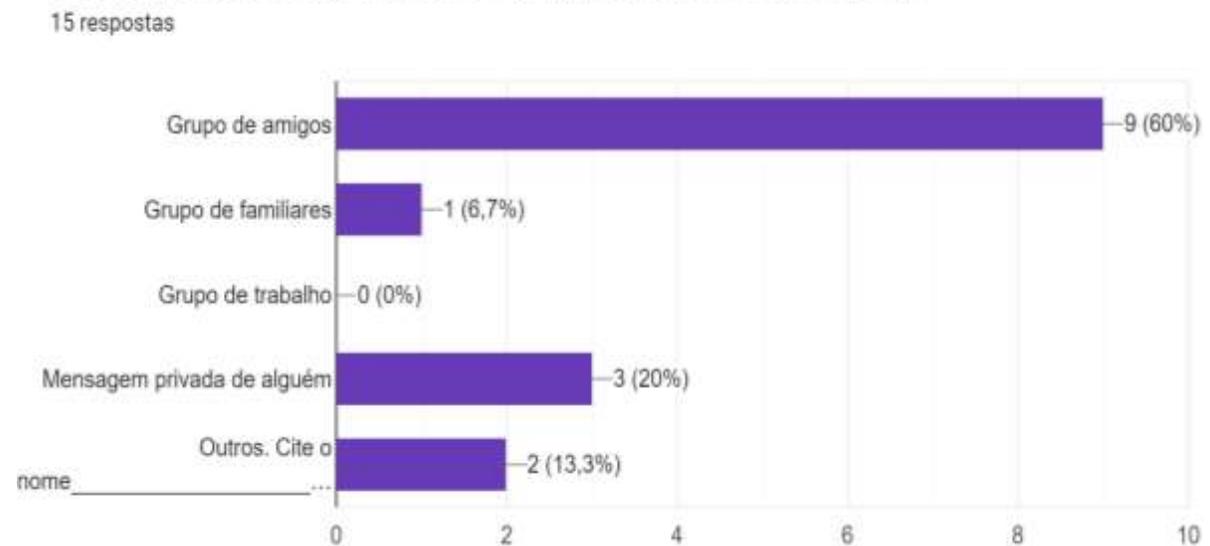


Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Os resultados obtidos, mostram que realmente na pandemia houve sim, o fenômeno de obscuridade da realidade dos fatos e que eles alastraram -se devido ao seu compartilhamento. Mas em contraste com o gráfico 3, onde mostra que 64,7% da população pesquisada não confiam nas mensagens que recebem no *WhatsApp*, telegram, *messenger*, entre outros *chats* de conversas privadas, ficou evidenciado no gráfico 5 que 52,9% desse público na dúvida ou incapacidade em diferenciar a verdade de uma matéria constatável, passa adiante as informações recebidas.

A pergunta seguinte diz respeito à origem das mensagens falsas recebidas. Se ficou manifesto anteriormente no decorrer do texto que a desinformação de fato acontece, então foi preciso levantar como se dá essa tendência no meio social.

Gráfico 6 – Origem do conteúdo falso ou manipulado recebido
De onde partiu o conteúdo falso ou manipulado que você recebeu?



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

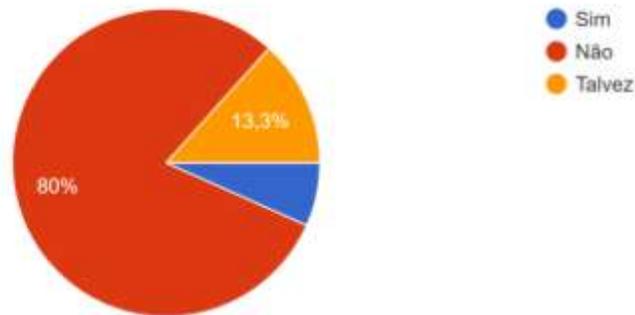
Dos dezessete respondentes, dois se abstiveram de responder essa questão. O destaque é que as mensagens fraudulentas, partem de grupos de amigos, como consta nos dados da pesquisa. Foi notado também que 20% dos que responderam afirmaram ter recebido conteúdo fora de grupos de aplicativos de mensagens privadas. Foi dada a opção: “outros”, marcada por duas pessoas, porém não foi especificado de onde partiu tal informação. Presume-se que a confiança atribuída ao círculo de amizade e a compulsão por comunicar aos outros as suas descobertas, sendo o assunto contestado ou tendencioso, seja a causa do ponto de origem das mensagens fraudulentas, emanar do grupo de amigos.

Seguidamente foi questionado se as informações recebidas nos canais de comunicação privados poderiam afetar a crença de cada um. O intuito era saber se frente a próprias convicções, estas mensagens influenciavam de alguma forma o destinatário na sua tomada de decisão.

Gráfico 7 – Informações recebidas afetam a crença?

Você acredita que as informações que você recebe nos aplicativos de mensagens privadas pode afetar a sua crença (convicção)?

15 respostas



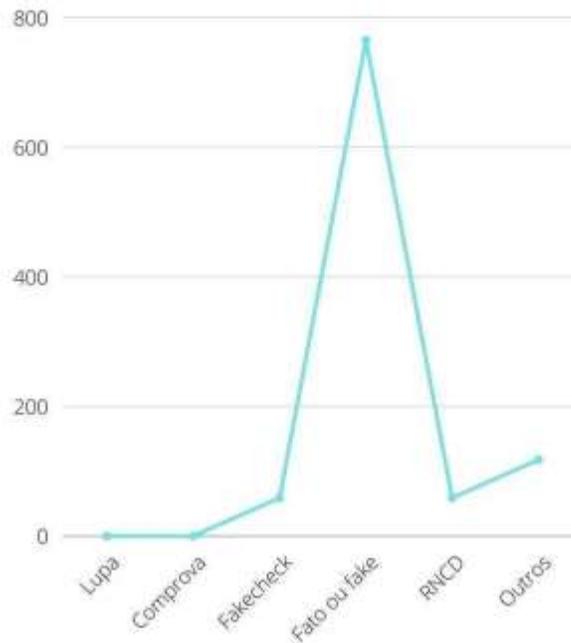
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A exemplo da questão anterior, foram obtidas apenas 15 respostas. Mais da metade do público consultado, 80%, não acredita que as informações que recebe nas salas de conversação privadas afetam sua crença e 13,3% não tem certeza do impacto desta sobre a sua convicção e apenas 6,7% creem que os conteúdos das mensagens afetam a crença pessoal.

É preciso considerar também que essas informações muitas vezes são usadas para apoiar a ideia que o indivíduo tem sobre determinado assunto. Desta forma, se o sujeito acredita em algo e tem acesso a falsas informações que só apoie o seu pensamento, fica evidente que as notícias recebidas só sustentará a credence. Julga-se que a população consultada de 80% se apegua à sua própria convicção, pois como mostrou os números dos gráficos 3, 64,7% das pessoas confiam nas notícias que recebem nos aplicativos de mensagens privadas, mas essa credibilidade não abala a confiança.

A penúltima pergunta teve como objetivo descobrir se os participantes tinham conhecimento da existência de alguma ferramenta que pudesse apoiá-los na busca pela verdade dos conteúdos recebidos. A listagem inclui: agência lupa, comprova, *factcheck*, fato ou *fake*, RNCD e a opção outros, cite o nome.

Gráfico 8 – Serviço de checagem de informação



Fonte: Elaborada pela autora (2021).

O destaque foi para o site fato ou fake com 76,5%, acredita-se que seja devido à divulgação na tv., rádio e mídias sociais do grupo globo, as pessoas tenham mais conhecimento desse serviço de checagem de conteúdo. O site da agência Lupa e da plataforma comprova, não foram pontuados. Já o portal *fakecheck* e a rede nacional de combate à desinformação pontuou, cada um 5,9%. A opção outros ficou com 11,8%, contudo não foi descrito pelo público entrevistado o nome da agência de verificação de notícias. Foi observado que diante de recursos que já oferecem a íntegra dos fatos, poucos deles são conhecidos no meio social.

Finalmente foi questionado acerca do uso e frequência dos serviços de checagem de conteúdo. Objetivava desse modo, saber se os respondentes têm o hábito de verificar os fatos. Porque se acredita que quanto mais esclarecido for o leitor sobre a autenticidade das informações que recebe, mais ele terá condições de tomar boas decisões para si e beneficiará a outros, diminuindo assim o número de desinformados.

Gráfico 9 – Uso e frequência dos serviços de checagem de informação

Com que frequência você utiliza os serviços de checagem de informação?

17 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Em comparação com o gráfico 8 e 9, ficou evidente que embora os participantes conheçam alguma fonte de verificação de notícias, poucos utilizam o instrumento de consulta. Compreende-se desse modo, que isso dificulta o combate à disseminação de conteúdos suspeitos.

6 CONCLUSÃO

O presente trabalho discorreu sobre a disseminação de desinformação sobre a COVID-19 no núcleo familiar. Com base nos objetivos específicos propostos, estava, estudar como se dava a tendência desinformativa nos *chats* privados de familiares. Além disso, o trabalho levantou a hipótese de como a desinformação tem penetrado no núcleo familiar e como o fenômeno tem dificultado o combate à pandemia. Foi constatado pelo levantamento de dados que essa prática realmente acontecia nessa forma interativa de comunicação e que geralmente a origem de conteúdos fraudulentos parte de grupos amigos, alcançando outros através do compartilhamento de mensagens. Além disso, a pesquisa mostrou que o *WhatsApp* é o canal mais propício para espalhar desinformação.

Também foi apresentado e elencando alguns serviços de verificação de conteúdos que combatem a desinformação. Foi averiguado por meio da pesquisa de campo, que são poucos os que utilizam das ferramentas de checagem de notícias.

Ademais, destacou-se o papel do profissional bibliotecário, como agente mediador e transformador num cenário que demanda grandes quantidades de informações. A expertise do bibliotecário contribui para que as pessoas desenvolvam habilidades de alfabetização informacional, favorecendo desse modo, a diminuição da desinformação na sociedade.

Do ponto de vista da contribuição da área de conhecimento é promover novas percepções sobre o tema para minha área de estudo a biblioteconomia e para o maior número de pessoas.

Por fim, espera-se que essa pesquisa, promova a disseminação de novos conhecimentos na sociedade e traga reflexões sobre o assunto, bem como venha a contribuir para que outras pesquisas sejam feitas a partir do tema que foi apresentado.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C. A. V. Novos desafios epistemológicos para a ciência da informação. **Palavra Chave (Argentina)**, v. 10, n. 2, 2021. DOI: [10.24215/18539912e116](https://doi.org/10.24215/18539912e116). Acesso em: 18 ago. 2021.

BLITT, Laura. **Pandemia de covid: por que há tantas teorias da conspiração sobre o coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-54787746>. Acesso em: 28 jun. 2021.

BELLUZZO, R. C. B. Competências na era digital: desafios tangíveis para bibliotecários e educadores. **ETD - Educação Temática Digital**, Campinas, SP, v. 6, n. 2, p. 30–50, 2008. DOI: 10.20396/etd.v6i2.772. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/772/787>>. Acesso em: 22. mar. 2021.).

BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. **Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação**, n. XIX ENANCIB, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102819>>. Acesso em: 23 jun. 2021.

BRISOLA, A. C.; ROMEIRO, N. L. A competência crítica em informação como resistência: uma análise sobre o uso da informação na atualidade. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, v. 14, n. 3, p. 68-87, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/100164>. Acesso em: 16 ago. 2021.

DALESSANDRO, R. C.; CASTANHA, R. G.; VERONEZ JUNIOR, W. R. A produção científica relacionada a fake news: uma análise bibliométrica na base de dados scopus. **Revista Conhecimento em Ação**, v. 5, n. 2, p. 2-16, 2020. DOI: 10.47681/rca.v5i2.28288. Acesso em: 12 jul. 2021.

COMPROVA. **Sobre o Comprova**. [201-?]. Disponível em: <https://projetocomprova.com.br/about/>>. Acesso em: 17 jun. 2021.

DARNTON, Robert. A verdadeira história das notícias falsas. 2017 Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html> . Acesso em 25 Fev. 2021.

FAKECHECK. **Sobre o Projeto**. [201-?]. Disponível em: <http://nilc-fakenews.herokuapp.com/about>>. Acesso em: 16 jun. 2021.

FAYET, Fábio Agne; CARVALHO, Andersson Vieira. Whatsapp, sigilo de dados e prova ilícita: para dizer o óbvio. **Revista Brasileira de Ciências Criminais**, online, v. 140/2018, p. 397-322.

GRAGNANI, Juliana. **Pesquisa inédita identifica grupos de família como principal vetor de notícias falsas no WhatsApp**. 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43797257>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

G1. **Fato ou Fake lança bot exclusivo para checar conteúdos duvidosos**. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/11/11/fato-ou-fake-lanca-bot-exclusivo-para-chechar-conteudos-duvidosos.ghtml>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

G1. **Fato ou Fake? Saiba como identificar se um conteúdo é falso**. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml>>. Acesso em: 18 ago. 2021.

G1. **WhatsApp limita reenvio de mensagens a 1 destinatário por vez em meio à crise do novo coronavírus**. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/04/07/whatsapp-limita-reenvio-de-mensagens-a-1-destinatario-por-vez-em-meio-a-crise-do-novo-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

GIL, Antonio Carlos. **Método e Técnicas de Pesquisa Social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIORDANI, Rubia Carla Formighieri; DONASOLO, João Pedro Giordani; AMES, Valesca Daiana Both; GIORDANI, Rosselane Liz. A ciência entre a infodemia e outras narrativas da pós-verdade: desafios em tempos de pandemia. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.L.], v. 26, n. 7, p. 2863-2872, jul. 2021. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1413-81232021267.05892021>.

GRAGNANI, Juliana. **Epidemia de fake news ameaça vacinação em terras indígenas**. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/03/22/epidemia-de-fake-news-ameaca-vacinacao-em-terras-indigenas.ghtml>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

GRAGNANI, Juliana. Pesquisa inédita identifica grupos de família como principal vetor de notícias falsas no WhatsApp. **BBC Brasil**. Londres, 20 abr. 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43797257>>. Acesso em: 25 Fev. 2021.

LEVY, P. **A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência**. São Paulo: Editora 34, 2001.

LUPA. Como a Lupa faz suas checagens. Disponível em: [Como a Lupa faz suas checagens? | Agência Lupa \(uol.com.br\)](https://lupa.uol.com.br/como-a-lupa-faz-suas-checagens/)>. Acesso em 15 Jun. 2021.

LUPA. **O que é a Agência Lupa?** Disponível em: [<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-cheçadas/>](https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-cheçadas/) . Acesso em: 15 Jun. 2021.

MCGARRY, K. **O contexto dinâmico da informação**. Brasília: Brique de Lemos, 1999. 206p.

MARIOSIA, Erica. Fake News, Desinformação e Infodemia. Qual a diferença? 2020. Disponível em: <https://www.blogs.unicamp.br/mindflow/?p=634>>. Acesso em: 16 ago. 2021.

MATOS, R. “Fake news frente a pandemia de COVID-19”. **Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia**, vol. 8, n. 2, 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. O que é a Covid-19. Ministério da Saúde, 2021. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca> . Acesso em: 07 abr 2021.

MORI, Letícia. **CPI da Covid::** o que a comissão pretende investigar com convocação de 9 governadores. o que a comissão pretende investigar com convocação de 9 governadores. 2021. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57261270>>. Acesso em: 09 ago. 2021.

Neto M, Gomes T de O, Porto FR, Rafael R de MR, Fonseca MHS, Nascimento J. Fake news no cenário da pandemia de Covid-19. **Cogitare enferm**. [Internet]. 2020. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/cogitare/article/view/72627/pdf>>. Acesso em: 21 jun 2021.

Organização Panamericana de Saúde, 2020. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14>. Acesso em: 28 jun 2021.

Pesquisa revela dados sobre ‘fake news’ relacionadas à Covid-19. Fundação Oswaldo Cruz, 15 de abr. de 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-fake-news-relacionadas-covid-19>>. Acesso em: 01 de abr. de 2021.

PINHEIRO, M. M. K.; BRITO, V. P. Em busca do significado da desinformação. *DataGramZero*, v. 15, n. 6, 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/8068>. Acesso em: 17 ago. 2021.
RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

QUEIROZ, Gustavo. **Brasil entra em sua sexta onda de desinformação sobre a Covid-19**. 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/07/brasil-entra-em-sua-sexta-onda-de-desinformacao-sobre-a-covid-19.shtml>>. Acesso em: 21 jul. 2021.

REDE NACIONAL DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO. **Sobre a Rede Nacional De Combate à Desinformação**. [2019 ou 2020]. Disponível em: <<https://rncd.org/sobre/>>. Acesso em: 21 ago. 2021.

Revista **VEJA**. **62% dos brasileiros não sabem reconhecer uma notícia falsa**. 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/62-dos-brasileiros-nao-sabem-reconhecer-uma-noticia-falsa/>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

SÃO PAULO. SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO. **Saiba como identificar notícias falsas sobre o novo coronavírus**. 2020. Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/saiba-como-identificar-noticias-falsas-sobre-o-novo-coronavirus-2/>>. Acesso em: 18 ago. 2021.

SERRANO, Pascual. **Desinformação**: como os meios de comunicação ocultam o mundo. Rio de Janeiro: Espalhafato, 2010.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo, SP: Cortez, 2007

SOUZA, Felipe. 'É como usar drogas': por que as pessoas acreditam e compartilham notícias falsas? [Internet]. São Paulo; 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45767478>>. Acesso em: 02 jun. 2021.

UNESCO. **Jornalismo, fake news & desinformação**: manual para educação e treinamento em jornalismo. IRETON, Cherilyn; POSSETI, Julie (orgs.). Disponível em: <<http://portaldobibliotecario.com/wp-content/uploads/2020/06/ManualFakeNews.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

VENTURA, R.; SILVA, E. C. L.; VITORINO, E. V. Competência em informação: uma abordagem sobre o arquivista. **Biblios (Peru)**, n. 73, p. 35-50, 2018. DOI: [10.5195/biblios.2018.392](https://doi.org/10.5195/biblios.2018.392) Acesso em: 16 ago. 2021.

ZATTAR, M. Competência em informação e desinfodemia no contexto da pandemia de covid-19. **Liinc em revista**, v. 16, 2020. DOI: [10.18617/liinc.v16i2.5391](https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5391). Acesso em: 16 ago. 2021.

ANEXO A – IDENTIFICAÇÃO NOTÍCIAS MANIPULADAS OU FALSAS

Como identificar notícias falsas



1. DESCONFIE DAS INFORMAÇÕES

Observe se textos e áudios contêm detalhes como:

- atribuir a mensagem a um parente, amigo ou pessoa próxima (sem dizer o nome completo)
- oferecer soluções milagrosas ou caseiras para "matar" o coronavírus
- expressões como "não querem que você saiba disso", "inacreditável" e "impressionante"
- oferta de produtos ou serviços gratuitos



2. OBSERVE SE HÁ ERROS E EXAGEROS

Esteja atento se o conteúdo tem:

- Erros de gramática e digitação
- Palavras com letras maiúsculas
- Recursos gráficos para chamar atenção, como exclamações e desenhos
- Imagens ou endereço eletrônico semelhantes aos de veículos reais
- links com ofertas de produtos gratuitos: pode ser uma tentativa de golpe virtual



3. VERIFIQUE AS INFORMAÇÕES

Antes de compartilhar:

- Faça uma **busca simples** e veja se a mensagem foi divulgada em outros sites ou veículos de **informação confiáveis**
- Se **citar nomes ou instituição**, pesquise para **confirmar** se a pessoa ou local realmente existem e se deram aquelas informações



4. OBSERVE A DATA

Veja se o conteúdo faz referência à data sobre o episódio narrado:

- Notícias antigas, **fora de contexto**, provocam desinformação
- Diante de textos, fotos e vídeos sem data, faça uma **pesquisa rápida** e **verifique** se já foram publicados em outra ocasião



5. CONSULTE SITES OFICIAIS

Procure sites oficiais ou veículos dedicados ao **Jornalismo profissional**. Para se informar sobre o novo coronavírus, procure por exemplo:

Site especial do Governo de SP
www.saopaulo.sp.gov.br/coronavirus

Ministério da Saúde
saude.gov.br

Organização Mundial da Saúde
www.who.int

Fonte: Governo do estado de São Paulo