



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CAMPUS DE RUSSAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

NATHAN VIDAL GOMES

**DESINFORMAÇÃO EM GRUPOS SOCIAIS: ESTUDO SOBRE MÍDIAS, OPINIÃO E
FAKE NEWS NAS ENGENHARIAS**

RUSSAS

2023

NATHAN VIDAL GOMES

DESINFORMAÇÃO EM GRUPOS SOCIAIS: ESTUDO SOBRE MÍDIAS, OPINIÃO E FAKE
NEWS NAS ENGENHARIAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Ciência da Computação do Campus de Russas da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Ciência da Computação.

Orientador: Prof. Ms. José Osvaldo Mesquita Chaves

RUSSAS

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

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

G615d Gomes, Nathan Vidal..

Desinformação em grupos sociais : estudo sobre mídias, opinião e fake news nas engenharias / Nathan Vidal. Gomes. – 2023.

78 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Campus de Russas, Curso de Ciência da Computação, Russas, 2023.

Orientação: Prof. Me. José Osvaldo Mesquita Chaves.

1. Fake news. 2. Desinformação. 3. Redes sociais. I. Título.

CDD 005

NATHAN VIDAL GOMES

DESINFORMAÇÃO EM GRUPOS SOCIAIS: ESTUDO SOBRE MÍDIAS,
OPINIÃO E FAKE NEWS NAS ENGENHARIAS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Bacharelado em
Ciência da Computação do Campus de
Russas da Universidade Federal do
Ceará, como requisito parcial à obtenção
do grau de bacharel em Ciência da
Computação.

Aprovado em: 15/12/2023.

BANCA EXAMINADORA

PROF. MS. JOSÉ OSVALDO MESQUITA CHAVES
Universidade Federal do Ceará (UFC)

PROFA. DRA. GABRIELLI HARUMI YAMASHITA
Universidade Federal do Ceará (UFC)

PROF. DR. MARKOS OLIVEIRA FREITAS
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por me conceder força e sabedoria, guiando-me até este momento e iluminando os caminhos, abençoando-me nos momentos de dificuldade.

Aos meus pais, Antonio Gomes e Maria Lucimeire, expresso minha profunda gratidão por sempre fornecerem os recursos necessários para trilhar esta jornada e por incentivarem incansavelmente a persistência nos meus objetivos. Obrigado por tudo; sem o apoio de vocês, nada disso seria possível.

À minha namorada, Ariany, que esteve ao meu lado desde o início, oferecendo apoio constante, incentivo e força nos momentos mais desafiadores. Agradeço por seu reconhecimento e apoio ao longo de toda essa jornada.

Ao meu orientador, Prof. Ms. José Osvaldo Mesquita Chaves, agradeço por aceitar o desafio de trilhar este caminho comigo, fornecendo auxílio sempre que necessário, com dúvidas esclarecedoras e sugestões valiosas. Muito obrigado por tudo.

À universidade, expresso minha gratidão por proporcionar apoio e recursos que contribuíram significativamente para o meu desenvolvimento profissional e pessoal.

Por fim, agradeço a todos que contribuíram para o desenvolvimento desta pesquisa e para o meu crescimento acadêmico ao longo da graduação.

Grato a todos

RESUMO

É nítido que a informação permeia cotidianamente a vida das pessoas, contando com uma variedade de meios que facilitam sua obtenção. Contudo, é importante salientar que esses meios, por vezes, falham em cumprir sua finalidade; ao invés de informar, acabam por desinformar. Diante disso, este estudo tem como propósito investigar as principais tecnologias adotadas pelos alunos dos cursos de Engenharia (Civil, Mecânica e de Produção) da Universidade Federal do Ceará (UFC) campus Russas, para se manterem informados, ao mesmo tempo em que analisa o comportamento desses alunos diante de situações envolvendo *fake news*. Para atingir esse objetivo, foi aplicado um questionário eletrônico composto por perguntas de múltipla escolha abrangendo temas como redes sociais, *fake news* e estratégias de combate à desinformação. Após a coleta de dados, foi realizada uma análise quantitativa, apresentada por meio de gráficos, para aprofundar a compreensão sobre como os estudantes se posicionam em relação à busca de informações confiáveis. A análise realizada proporcionou valiosas percepções sobre os hábitos informativos dos alunos, destacando as redes sociais como o principal canal para a obtenção de informações. De maneira notável, os meios tradicionais, como jornais e revistas digitais, emergiram como fontes percebidas como mais confiáveis em comparação às plataformas sociais. Observou-se que critérios como a presença de múltiplas fontes dentro da notícia e a verificação da consistência da informação em diferentes meios tradicionais desempenham um papel crucial na avaliação da veracidade de uma notícia. Esses resultados, entre outros, foram essenciais para atingir os objetivos propostos na pesquisa.

Palavras-chave: fake news; desinformação; redes sociais.

ABSTRACT

It is clear that information permeates people's daily lives, relying on a variety of means that facilitate its acquisition. However, it is important to emphasize that these means sometimes fail to fulfill their purpose; instead of informing, they end up misinforming. In light of this, this study aims to investigate the main technologies adopted by students in the Engineering courses (Civil, Mechanical, and Production) at the Federal University of Ceará (UFC) Russas campus to stay informed. Simultaneously, it analyzes the behavior of these students in situations involving fake news. To achieve this objective, an electronic questionnaire composed of multiple-choice questions covering topics such as social media, fake news, and strategies to combat misinformation was administered. After data collection, a quantitative analysis was conducted, presented through graphs, to deepen the understanding of how students position themselves regarding the search for reliable information. The analysis provided valuable insights into the information habits of students, highlighting social media as the primary channel for obtaining information. Remarkably, traditional media such as newspapers and digital magazines emerged as sources perceived as more reliable compared to social platforms. It was observed that criteria such as the presence of multiple sources within the news and the verification of information consistency across different traditional media play a crucial role in evaluating the truthfulness of news. These results, among others, were essential in achieving the proposed objectives of the research.

Keywords: fake news; disinformation; social media.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Procedimentos metodológicos.	19
Figura 2 – Respostas dos alunos dos cursos das Engenharias referente a frequência com que se informam na atualidade	21
Figura 3 – Respostas dos alunos dos cursos das Engenharias que indicaram não possuir o hábito de se manterem informados.	22
Figura 4 – Gráfico que demonstra a quantidade de respostas que conhecem Agências de checagem de notícias.	23
Figura 5 – Gráfico que demonstra as agências de checagem mais conhecidas pelos alunos.	24
Figura 6 – Gráfico que demonstra o principais temas que constantemente produzem <i>fake news</i> na percepção dos alunos.	24
Figura 7 – Gráfico que contrasta a frequência de busca por informações em cada rede social.	25
Figura 8 – Gráfico que contrasta o grau de confiança dos Estudantes para cada veículo de informação.	26
Figura 9 – Gráfico que contrasta as respostas dos alunos quanto aos motivos que levam o surgimento de <i>fake news</i>	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Comparação entre os trabalhos relacionados	18
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EUA	<i>Estados Unidos Da América</i>
IA	Inteligência Artificial
SIGAA	Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas
TI	Tecnologia da Informação
TRF-4	Tribunal Regional Federal da 4ª Região
UFC	Universidade Federal do Ceará

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	OBJETIVOS	12
2.1	Objetivo	12
2.2	Objetivos específicos	12
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
3.1	Internet	13
3.2	Rede social	13
3.3	Fake News	14
4	TRABALHOS RELACIONADOS	16
4.1	Comparativo entre os Trabalhos relacionados	17
5	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	19
5.1	Pesquisas bibliográficas relacionadas ao tema proposto	19
5.2	Preparação do Questionário	19
5.3	Aplicação do Questionário e coleta de dados	20
5.4	Análise dos Dados	20
6	RESULTADOS	21
6.1	Comparativo entre trabalhos	27
7	CONCLUSÕES	29
	REFERÊNCIAS	31
	APÊNDICE A - FORMULÁRIO	33
	APÊNDICE B - GRÁFICOS DOS DADOS PARA CURSO DE ENGENHARIA CIVIL	49
	APÊNDICE C - GRÁFICOS DOS DADOS PARA CURSO DE ENGENHARIA MECÂNICA	58
	APÊNDICE D - GRÁFICOS DOS DADOS PARA CURSO DE ENGENHARIA DE DE PRODUÇÃO	68

1 INTRODUÇÃO

As fontes de informação tiveram um papel importante ao longo da história da humanidade. Desde os tempos pré-históricos, onde os homens das cavernas mantinham seus registros de informações nas paredes, já era possível perceber uma forma de compartilhar informações que hoje é muito importante para as áreas de estudo (ARAÚJO; FACHIN, 2015). Com o passar do tempo, os meios de informação foram evoluindo, a escrita foi criada influenciando a utilização de cartas e o uso dos correios, em seguida o telégrafo foi estabelecido sendo utilizado para troca de informações por meio do código morse. Com o avanço tecnológico, surgiram meios que até hoje são utilizados como, jornal, rádio, telefone, televisão (Significados, 2023) e por fim o principal e mais utilizado meio de informação atualmente, a internet, que com o surgimento das redes sociais formam o principal veículo de formação de opinião e compartilhamento de notícias da atualidade.

As redes sociais estão em constante crescimento, o consumo das mídias sociais é a segunda maior atividade realizada, ficando atrás apenas das atividades profissionais remuneradas (CASTELLS, 1999). Redes sociais são plataformas online que permitem que indivíduos e grupos interajam, compartilhem informações e se conectem virtualmente. Essas plataformas facilitam a criação e o compartilhamento de conteúdo, como textos, imagens, vídeos e links, permitindo que os usuários construam perfis digitais e estabeleçam conexões com outros usuários. Segundo relatório de fevereiro de 2023 produzido em parceria por We Are Social e Meltwater¹ as 10 redes sociais mais utilizadas no Brasil são: WhatsApp (169 mi), YouTube (142 mi), Instagram (113 mi), Facebook (109 mi), TikTok (82 mi), LinkedIn (63 mi), Messenger (62 mi), Kwai (48 mi), Pinterest (28 mi) e X (antigo *Twitter*) (24 mi) (Jonatan Rodrigues, 2023). Esses dados comprovam que devido a democratização da internet, cada vez mais as pessoas estão se conectando por meio de dispositivos móveis (TRAVASSOS, 2021) compartilhando uma gama de conteúdos do mais variados gêneros. Como resultado, a sociedade pode utilizar essa forte ferramenta de maneira errônea, onde o surgimento das *fake news* e o advento da desinformação se tornam algo comum, principalmente em cenários que envolvem política, onde a liberdade de expressão tem um forte poder sobre a formação de opinião.

Fake news é uma expressão que, traduzida literalmente, significa "Notícias Falsas". Ela é utilizada para descrever boatos cuja falsidade foi comprovada, mas que mesmo assim, algumas pessoas insistem em acreditar nessas informações (RENARD, 2007). O termo foi

¹ <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>

apropriado e popularizado pelo ex-presidente dos *Estados Unidos Da América* (EUA) Donald Trump que o utilizou para descreditar o trabalho jornalístico da imprensa norte-americana, especialmente quando se tratava de matérias que não eram do seu agrado (TRAVASSOS, 2021). Além disso, o termo pós-verdade também contempla o assunto abordado nesta pesquisa e diferente das *fake news*. Ele descreve uma situação na qual os fatos têm uma influência reduzida durante o processo de formação da opinião pública. Nessa circunstância, as evidências, os fatos e as pesquisas científicas comprovadas não importam tanto quanto a verdade individual, aquela que nega os fatos estabelecidos (Mariana Barbosa, 2020). Dessa forma, ambos os termos se complementam e são bastante perigosos quando analisados dentro do contexto social, corroborando para o incentivo a desinformação e compartilhamento de notícias falsas.

O brasileiro passa em média 3 horas e 49 minutos por dia navegando nas mídias sociais, um valor 53% maior que a média global (Jonatan Rodrigues, 2023), além disso, dados de um levantamento feito pela Poynter Institute² (escola de jornalismo e organização de pesquisas americana) com apoio do Google levantam que quatro em cada 10 brasileiros afirmam receber notícias falsas todos os dias (Pedro Guimarães, Cleber Rodrigues, 2023), dessa forma as mídias sociais tem grande poder de formação de opinião visto a velocidade de propagação de notícias falsas, bem como a facilidade de alcançar elevados números de clicks e compartilhamentos nas mídias, gerando desinformação e dando força a disseminação das notícias falsas.

Esta pesquisa deriva do projeto de extensão "As Tecnologias de Informação e Comunicação no Combate à Desinformação", projeto de extensão da UFC, cujo objetivo é realizar atividades voltadas a combater à desinformação no dia a dia. Os resultados deste trabalho de conclusão de curso serão remetidos aos envolvidos no projeto para que sirvam como insumo para otimizar essas ações de combate, implementando novas tecnologias e aplicações através de recursos como Inteligência Artificial (IA) e aprendizado de máquina. Portanto, o objetivo desta pesquisa é realizar um estudo de caso sobre como o(a)s estudantes dos cursos de Engenharia (Civil, Mecânica e de Produção) do Campus de Russas têm-se informado. Em paralelo tem um outro aluno desenvolvendo essa mesma pesquisa investigando os cursos de Engenharia de Software e Ciência da Computação e o objetivo é realizar um comparativo entre os dois trabalhos para identificar a realidade nos cursos investigados, possibilitando, a partir deste estudo, entender quais tecnologias têm sido adotadas para se informar e se possuem entendimento sobre a desinformação presente nas redes sociais. O estudo coletou informações dos alunos mediante

² <https://www.poynter.org/fact-checking/media-literacy/2022/survey-says-large-majority-think-they-see-misinformation-online-every-week/>

as respostas de um formulário, onde foi feita uma análise da utilização das mídias, como também o posicionamento dos mesmos diante da exposição a *fake news*.

Este trabalho está dividido em 7 capítulos. O Capítulo 1 apresenta uma introdução da pesquisa. O objetivo geral e objetivos específicos são abordados no Capítulo 2. O Capítulo 3 trata da fundamentação teórica, contendo os conceitos que fundamentam e dão forma a esta pesquisa. No Capítulo 4, são apresentados os trabalhos relacionados e o comparativo entre as amostras e a atual pesquisa. O Capítulo 5 é apresentada a metodologia aplicada. O Capítulo 6 contém os resultados coletados e por fim o Capítulo 7 apresenta a conclusão da pesquisa.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo

Este trabalho de pesquisa tem como objetivo realizar um levantamento quanto às tecnologias e comportamentos adotados pelo(a)s estudantes dos cursos das Engenharias da UFC Campus Russas no que diz respeito à manterem-se informados no dia a dia. Este estudo foi dividido em duas pesquisas onde uma delas trabalha com os cursos de Engenharia (Civil, Mecânica e de Produção) discutida nesse trabalho e a outra frente de pesquisa se refere aos cursos de Engenharia de Software e Ciência da Computação realizada por outro autor.

2.2 Objetivos específicos

A partir do objetivo geral, estabeleceu-se os seguintes objetivos específicos:

1. Identificar através da coleta de dados obtidos por meio de um formulário, quais principais fontes/tecnologias de informações que o(a)s estudantes consomem diariamente;
2. Investigar o nível de conscientização do(a)s estudantes quanto à desinformação presente nas fontes de informação;
3. Verificar quais principais fontes de disseminação de notícias falsas e realizar um comparativo entre os cursos investigados.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Internet

Nos últimos anos, a internet emergiu como um dos meios de comunicação mais interativos do mundo, proporcionando uma instantaneidade na disseminação de informações, que alcança diversas pessoas em questão de segundos. Ela se revelou como um campo sem limites de participação. Apesar dos esforços dos provedores e das ações estatais em busca de regulamentação, ainda é um desafio concreto punir aqueles que utilizam esse espaço para cometer crimes cibernéticos (ALMEIDA *et al.*, 2022).

Atualmente, a Internet está disponível por meio de diversas tecnologias, e as pessoas frequentemente recorrem a mecanismos de busca que utilizam algoritmos complexos para encontrar qualquer informação que necessitem (NAGAM, 2023). Se há dúvidas sobre algum tema a primeira ação tomada é abrir o Google e realizar pesquisa sobre ou caso deseje enviar uma mensagem, basta se conectar à rede e acessar algum aplicativo.

Em suma, esse é uma recurso que disponibiliza grandes ferramentas para o ser humano, trocar informações se torna muito simples por meio da rede e isso acaba por facilitar a transmissão de notícias falsas. A internet consegue se tornar um grande facilitador para o compartilhamento de notícias falsas e um importante tópico para o desenvolvimento da pesquisa, haja vista que é por meio dela que a desinformação e *fake news* atuam.

3.2 Rede social

O surgimento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade, entre elas a capacidade de conectar pessoas utilizando ferramentas de comunicação por intermédio de um computador (RECUERO, 2005). São essas ferramentas que integram o principal veículo de informação da atualidade, as redes sociais.

Pode-se definir a rede social como sendo a união de dois ou mais elementos, formada por grupos, organizações ou atores e as conexões entre eles (COSTA, 2015). Para além disso no ambiente digital, as conexões entre os atores são influenciadas pelas ferramentas que possibilitam a criação dessas representações. Essas ferramentas estabelecem e mantêm as conexões entre os usuários (RECUERO, 2012).

As redes sociais tem um forte poder sobre o ser humano, essas redes conectam toda

a sociedade utilizando softwares como Facebook, X(antigo Twitter) e Whatsapp, e permite o compartilhamento de informações de forma rápida e em grande escala. Esta se torna um tópico de suma importância para esta pesquisa pois é por meio da mesma que o compartilhamento de *fake news* se origina e atinge a sociedade moderna.

3.3 Fake News

É comum hoje receber uma notícia e não ter certeza de sua veracidade e muitas vezes notícias falsas são tidas como verdade absoluta por confiar no veículo informativo ou seguir fortemente determinada ideologia. O termo "*fake news*" é utilizado para descrever informações fabricadas que imitam o formato da mídia jornalística, mas não seguem o mesmo processo ou intenção organizacional. Esses veículos de disseminação de notícias falsas não possuem as diretrizes ou métricas que asseguram a precisão e a confiabilidade das informações. Segundo o site do Instituto grpcom (INSTITUTO GRPCOM, 2023), existem 7 tipos de desinformação:

- **Sátira ou paródia:** O objetivo do conteúdo satírico é retratar situações ou informações de forma exagerada ou absurda, com a intenção de proporcionar entretenimento por meio do humor e do ridículo.
- **Conteúdo enganoso:** Diz respeito à manipulação astuciosa de informações reais, muitas vezes empregando escolhas de palavras criteriosas para sugerir uma interpretação específica. Em geral, a intenção é causar prejuízo a uma pessoa, um grupo social, entre outros.
- **Conteúdo impostor:** Frequentemente identificado em imagens, textos, páginas e sites fraudulentos que imitam o conteúdo de fontes confiáveis, procurando se apresentar como essas fontes, especialmente por meio de elementos visuais.
- **Conteúdo fabricado:** Totalmente desconectado da realidade, com a finalidade de enganar, causar prejuízos a pessoas, grupos ou causas específicas.
- **Falsa conexão:** Evidencia-se quando os elementos circundantes ao conteúdo não sustentam as informações, resultando em interpretações apressadas e incorretas. Esses elementos podem se apresentar visualmente, como fotografias sem relação com a notícia, ou textualmente, como manchetes atrativas, porém sem coerência.
- **Falso contexto:** Refere-se à prática de utilizar informações verdadeiras retiradas de seu contexto de origem com a intenção de criar conflito. Isso ocorre quando um conteúdo, muitas vezes antigo, é divulgado ou compartilhado de modo a parecer atual.

- **Conteúdo manipulado:** Se trata quando informações ou imagens originais são alteradas com o propósito de enganar. O uso de softwares avançados de edição permite a manipulação de imagens e vídeos, resultando na criação de situações falsas a partir de conteúdo originalmente verdadeiro.

No contexto de avanços tecnológicos, as notícias falsas são disseminadas de maneira veloz e se multiplicam nas redes sociais, alcançando amplamente a população. Essa propagação pode ser metaforicamente comparada a um vírus que infecta as comunicações e impulsiona ações e comportamentos contrários às orientações das autoridades (NETO *et al.*, 2020). Esse fato comprova a importância das mídias sociais na propagação das *fake news* e como é importante levar em consideração a credibilidade dos veículos de comunicação.

Em suma o fenômeno das *fake news* atinge toda a população com acesso a internet, As medidas preventivas existentes como, verificação de fontes, checagem de fatos, educação e conscientização, não conseguem ser eficazes no combate e cada vez mais a sociedade é submetida a publicações de cunho duvidoso. Esse tópico é de suma importância para esta pesquisa visto o objetivo das análises a serem feitas durante o estudo focado nessa problemática.

4 TRABALHOS RELACIONADOS

Neste capítulo, serão explorados os trabalhos que influenciaram o desenvolvimento desta pesquisa. A seleção destes trabalhos baseou-se na afinidade temática com os tópicos abordados neste estudo, que incluem fake news, desinformação e redes sociais. Todos os trabalhos foram identificados por meio de pesquisas no Google Acadêmico, com exceção do estudo de (TRAVASSOS, 2021), o qual foi recomendado pelo meu orientador.

(TRAVASSOS, 2021) em sua dissertação de Mestrado realiza um estudo sobre a percepção dos estudantes de comunicação da Universidade Fernando Pessoa acerca do tema de *fake news*. Esse estudo foi feito por meio de um questionamento composto de 14 perguntas baseadas em 4 hipóteses, entre elas: (1) se os alunos apresentavam entendimento para identificar se as notícias eram falsas, independentemente do tema; (2) se as *fake news* têm relação com a precariedade de legislação acerca do tema em questão; (3) se, de acordo com a perspectiva dos estudantes, as fontes de notícias tradicionais ainda são consideradas um ambiente confiável para buscar informações; (4) de acordo com os estudantes, um propagador de informações falsas só entra em ação quando alguém ou uma entidade paga por esse serviço. Pela análise dos resultados, foi observado na pesquisa que as 3 primeiras hipóteses da pesquisa foram comprovadas e apenas na 4ª que houve algumas ressalvas, visto que os estudantes consideraram outros fatores nas respostas desse tópico.

O trabalho de (BAPTISTA *et al.*, 2019) também ocorreu no contexto de informação e *fake news*. A pesquisa busca entender a relação entre desinformação e formação de opinião no cenário da política brasileira, utilizando as ferramentas WhatsApp e Facebook como objetos de estudo. Eles trabalham comparando as duas redes sociais no âmbito da política brasileira, buscando entender qual a ferramenta que mais impacta o brasileiro na disseminação de *fake news*. O estudo utilizou um questionário e dados de uma pesquisa realizada pelo Ibope para obter resultados. Entre estes, notou-se que o WhatsApp é mais seguro em relação ao Facebook devido à natureza das relações mantidas em cada rede social, haja vista que o Facebook apresenta uma rede de conexão bem mais ampla e impessoal com outras pessoas, tendo mais facilidade de conectar-se com indivíduos fora do seu ciclo social de amigos, diferente do WhatsApp que torna-se mais pessoal para o usuário, sendo possível filtrar e selecionar com quem estabelecer uma conexão.

(RIBEIRO; ORTELLADO, 2018) em sua pesquisa sobre *fake news* conceituam a problemática das notícias falsas embasada em diversos estudos sobre o tema e apresentam uma

análise focada na disseminação de notícias hiper-partidárias durante a semana que antecedeu a votação do julgamento do na época ex-presidente Lula, no Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4). A pesquisa analisa as principais manchetes compartilhadas nos diversos veículos de informação existentes sobre o tema, fazendo um levantamento de dados obtidos e observando como se encaixam na problemática. A pesquisa faz uma análise das manchetes e em quais narrativas elas se enquadram no debate político nacional. Foi realizado um levantamento quantitativo e como resultado foi obtido que das manchetes analisadas, 67 se encaixam na narrativa do "golpe" e 45 se enquadram na narrativa "antipetista", dessa forma conclui-se que mais de dois terços das manchetes analisadas, que correspondem a quase 80% dos compartilhamentos, estão alinhadas com uma das duas narrativas.

4.1 Comparativo entre os Trabalhos relacionados

A presente pesquisa teve como principal base teórica a dissertação de Mestrado Realizada por (TRAVASSOS, 2021), e foi complementada pelas demais pesquisas realizadas por (BAPTISTA *et al.*, 2019) e (RIBEIRO; ORTELLADO, 2018). A tabela 1 evidencia o comparativo entre os trabalhos relacionados nesta pesquisa, bem como, o público alvo de estudo da pesquisa, a maneira que foi feita a coleta de dados e as análises feitas por cada autor.

O presente trabalho se diferencia dos demais visto a aplicação da análise voltada para os cursos das Engenharias (Civil, Mecânica e de Produção) da UFC Campus Russas. Ademais, o foco da pesquisa é entender como os alunos desses cursos se portam perante o recebimento de notícias falsas e as tecnologias utilizadas para se manterem informados, além disso foi possível realizar um comparativo dessa análise com outra pesquisa sendo desenvolvida com a mesma proposta para os Alunos do Curso de Ciência da Computação e Engenharia de Software do Campus de Russas.

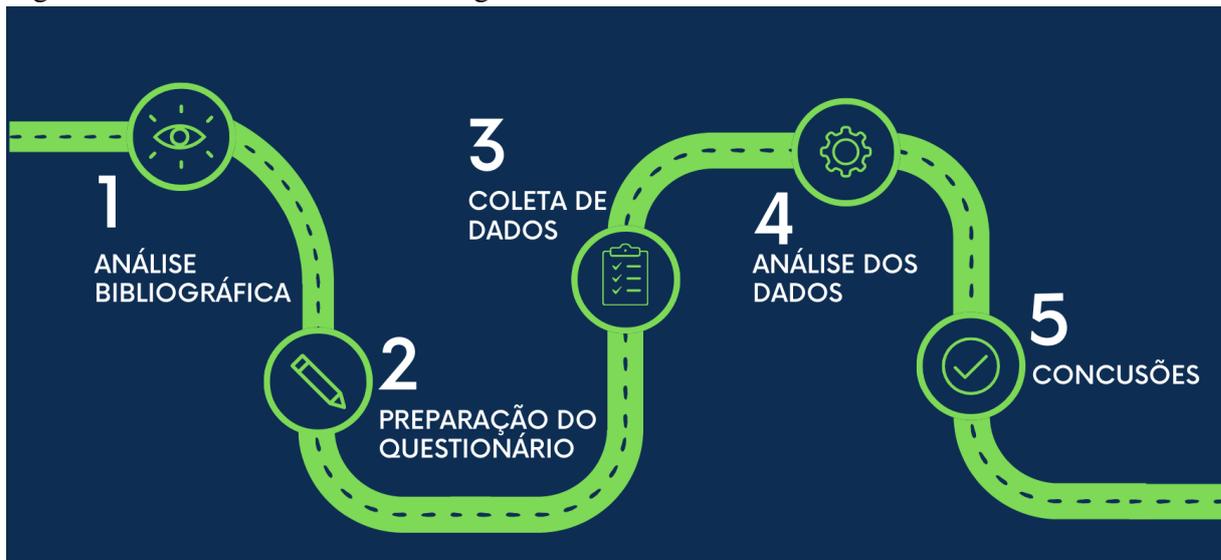
Trabalho	Publico alvo	Coleta de dados	Analise
TRAVASSOS, (2021)	Estudantes de comunicação da Universidade Fernando Pessoa	Questionário de 14 perguntas com base em 4 hipóteses.	O estudo visa analisar como estudantes universitários de Ciência da Comunicação na Universidade Fernando Pessoa percebem e identificam fake news, assim como as precauções que adotam para evitá-las.
BAPTISTA et al,(2019)	Usuários brasileiros da Internet, segundo pesquisa do Ibope, incluindo indivíduos com menor escolaridade e idosos que utilizam a rede.	Dados de uma pesquisa de opinião realizada e coleta de dados por meio de um questionário.	A pesquisa explora a relação entre desinformação e formação de opinião na política brasileira, concentrando-se no WhatsApp e Facebook como objetos de estudo.
RIBEIRO; ORTELLADO, (2018)	Usuários das redes sociais que compartilham manchetes políticas	Levantamento quantitativo a respeito das principais Manchetes compartilhadas nos diversos veículos de informação existentes	A pesquisa identifica o problema das notícias falsas e analisa sua disseminação, focando na semana que precedeu a votação do julgamento do ex-presidente Lula no Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4).
Este Trabalho	Estudantes dos Cursos de Engenharia(Civil, Mecânica e de Produção) da Universidade Federal do Ceará Campus Russas	Questionário composto de questões de múltipla escolha	O estudo visa analisar os métodos principais que os alunos usam para se manterem informados e compreender seu comportamento diante de situações envolvendo fake news

Tabela 1 – Comparação entre os trabalhos relacionados

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A seguinte pesquisa foi desenvolvida com base nas seguintes etapas metodológicas: análise bibliográfica, preparação do questionário, coleta e análise dos dados e por fim, conclusão dos resultados coletados. Na Figura 2 é apresentado todo o procedimento metodológico utilizado para desenvolvimento desta pesquisa.

Figura 1 – Procedimentos metodológicos.



Fonte: O autor.

5.1 Pesquisas bibliográficas relacionadas ao tema proposto

Inicialmente foi realizada uma busca por trabalhos relevantes ao tema em estudo com o intuito de enriquecer o referencial bibliográfico. Foram utilizadas algumas das ferramentas de pesquisas como Google Acadêmico, ResearchGate e Periódicos da UFC. As pesquisas foram feitas através de palavras chaves como: *fake news*, notícias falsas e redes sociais.

Foram analisados livros e artigos que contribuíram para fundamentar a pesquisa e auxiliaram para construção de aplicações e resultados contidos no estudo. A apresentação dos trabalhos utilizados pode ser encontrada no Capítulo 4.

5.2 Preparação do Questionário

Para a coleta de dados da pesquisa, foi produzido um questionário baseado na pesquisa presente na dissertação de mestrado do (TRAVASSOS, 2021). Nela foi realizado um

estudo para mensurar a compreensão dos alunos de graduação de Ciências da Comunicação da Universidade de Fernando Pessoa acerca das *fake news*.

O questionário produzido para esta pesquisa é composto de questões de múltiplas escolha focadas em coletar dados sobre os meios e comportamentos dos participantes no que tange o tema sobre informação. O formulário foi estruturado de maneira que os entrevistados conseguissem responder as perguntas de forma rápida por meio de dispositivos com conexão à internet.

5.3 Aplicação do Questionário e coleta de dados

O questionário ficou aberto para coleta de resposta durante o período de 25 de setembro a 24 de novembro do ano de 2023. Teve como publico alvo os alunos dos cursos de Engenharia (Civil, Mecânica e de Produção) da UFC Campus Russas, com a finalidade de evidenciar a colaboração das redes sociais no compartilhamento de *fake news* e suporte a desinformação, bem como entender o comportamento dos alunos entrevistados ao receber notícias falsas nas mídias sociais.

O questionário foi elaborado por meio da plataforma *Google Forms* e distribuído aos estudantes por meio do e-mail institucional da UFC, bem como nos fóruns das disciplinas frequentadas pelos alunos, utilizando o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SIGAA). O processo contou com o apoio da Coordenação dos Cursos das Engenharia (Civil, Mecânica e de Produção), além da colaboração dos docentes que se disponibilizaram a divulgar o questionário em suas respectivas turmas. Além disso, com intuito de obter mais amostras para pesquisa, o questionário foi compartilhado de forma presencial em algumas turmas dos cursos de Engenharia (Civil, Mecânica e de Produção) através de um *QR CODE* impresso.

Todo o corpo do questionário desenvolvido pode ser encontrado no Apêndice A.

5.4 Análise dos Dados

Após coleta dos dados, foi realizada uma análise quantitativa e descritiva das amostras coletadas através de gráficos e valores estatísticos representandos em formato de porcentagem a fim de identificar os objetivos específicos da pesquisa.

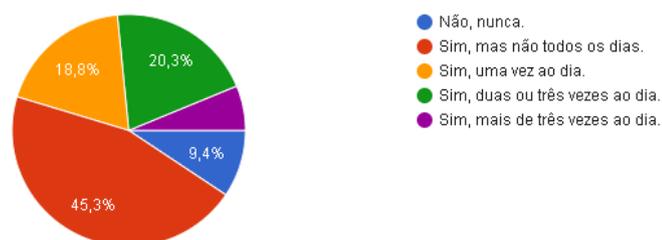
6 RESULTADOS

Os resultados deste estudo fornecem compreensões valiosas para esta pesquisa com base nas respostas obtidas a partir de um questionário cuidadosamente elaborado e distribuído. Ao todo, foram coletadas 64 respostas representativas de um total de 478 matrículas ativas nos cursos de Engenharia (Civil, Mecânica e de Produção) sendo 30 respostas referente ao curso de Engenharia Mecânica, 11 de Engenharia Civil e 23 de Engenharia de Produção, refletindo a participação da amostra selecionada. Os seguintes resultados estão apresentados de maneira geral entre os cursos e as amostras com os dados referente a cada curso analisado podem ser encontrados nos Apêndices B, C e D.

Após obtenção e análises dos dados para os cursos das Engenharias, notou-se que a idade dos alunos que participaram está entre 18 e 34 anos, com predominância do sexo Masculino (64,1%). Outro dado evidenciou que 28,1% dos alunos estudam e trabalham e 71,9% se dedicam somente aos estudos.

Outra evidência destaca a regularidade com que os participantes se mantêm atualizados com as notícias nos dias de hoje, conforme ilustrado na Figura 3. Em relação a frequência com que se informam, 9,4% dos alunos revelaram não cultivar o hábito de se informar diariamente, enquanto 45,3% demonstraram uma prática menos constante, informando-se mas não todos os dias. Por outro lado, 6,3% dos alunos revelaram ter o hábito de se informar mais de três vezes ao dia, indicando uma abordagem mais frequente. Além disso, 20,3% relataram ler notícias entre duas e três vezes diariamente, e 18,8% dos alunos têm o costume de se informar uma vez ao dia. Essa variedade de comportamentos revela a diversidade de hábitos informativos entre os participantes.

Figura 2 – Respostas dos alunos dos cursos das Engenharias referente a frequência com que se informam na atualidade

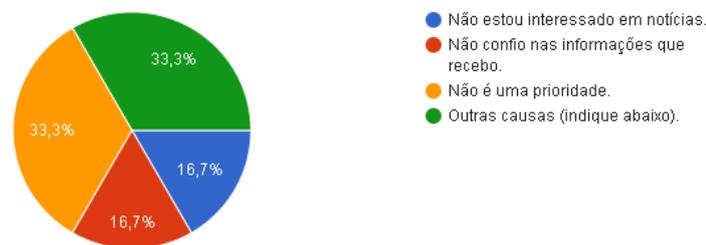


Fonte: O autor/Questionário.

Para os alunos que indicaram não ter o hábito de se manterem informados, a Figura

4 revela os motivos subjacentes a essa escolha. Ao analisar os dados, observa-se que 33,3% dos participantes que optaram por essa escolha justificaram que não consideram a informação uma prioridade em suas vidas. Além disso, 16,7% expressam falta de confiança nas informações recebidas, enquanto 16% afirmam simplesmente não possuir interesse no conteúdo noticiado. Um percentual de 33,3% mencionou outras razões, como a escassez de tempo devido a responsabilidades diárias ou a não consideração prévia da importância de se manterem informados com notícias.

Figura 3 – Respostas dos alunos dos cursos das Engenharias que indicaram não possuir o hábito de se manterem informados.



Fonte: O autor/Questionário.

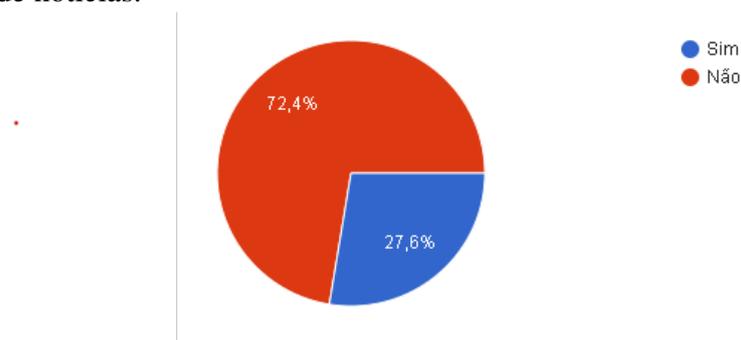
No que diz respeito à preferência dos estudantes em relação aos meios e ferramentas utilizados para se manterem informados, os alunos poderiam selecionar dentre as opções disponíveis quais meios possuem mais afinidade em utilizar para se obter informação, podendo selecionar mais de uma opção. Dentre as respostas, destaca-se que as redes sociais (como Instagram, Facebook e LinkedIn) foram amplamente escolhidas, registrando uma preferência expressiva de 93,1%. Em contrapartida, os meios tradicionais, como jornais impressos e revistas obtiveram o mesmo percentual que os blogs, apresentando uma baixa taxa de preferência, ambos contabilizando apenas 5,2%. A obtenção de informações por meio de aplicativos de mensagens, como WhatsApp ou Telegram, representou 20,7%, enquanto as páginas oficiais de organizações e instituições foram a escolha de 43,1% dos participantes. Jornais e/ou revistas digitais alcançaram uma preferência de 39,7%, rádios digitais registrou 6,9%. A televisão digital manteve uma preferência de 29,3%, enquanto as informações obtidas por meio de buscadores, como Google e Bing, lideraram com uma taxa de preferência de 46,6%. Esses dados evidenciam as preferências distintas dos estudantes em relação aos canais pelos quais optam para se manterem informados.

Quando se trata de verificar a autenticidade das informações recebidas, os alunos poderiam selecionar mais de um motivos dentre os disponíveis. Dentre as respostas, constatou-se que apenas 17,2% dos alunos adotam a prática consistente de sempre verificar a veracidade, in-

dependentemente do meio ou conteúdo. Por outro lado, uma parcela de 51,7% dos alunos realiza a verificação quando as notícias despertam um interesse particular, enquanto 41,4% dedicam-se a essa prática quando a informação provoca algum tipo de alarme social. Notavelmente, apenas três alunos afirmaram não ter o hábito de verificar a veracidade das informações que recebem. Esses dados refletem diferentes abordagens adotadas pelos alunos na avaliação da credibilidade das informações, destacando a necessidade de conscientização sobre a importância da verificação cuidadosa, especialmente em um contexto onde a disseminação de informações falsas pode ser prevalente.

Os participantes foram indagados sobre o conhecimento acerca de agências de checagem de notícias, instituições especializadas que se empenham em avaliar a veracidade das informações disseminadas na mídia, abrangendo notícias, artigos, declarações políticas e outras formas de comunicação. Conforme ilustrado no gráfico da Figura 5, notou-se que a maioria expressiva, representando 72,4% dos alunos, não tem familiaridade com nenhuma agência de checagem de notícias, enquanto 27,6% afirmaram ter algum conhecimento prévio sobre essas organizações. Dentre elas, as mais conhecidas foram a Estadão Verifica¹ reconhecida por 62,5% dos alunos, a Comprova² e a Lupa³ ambas reconhecidas por 37,5% dos alunos. A Figura 6 ilustra o gráfico referente as respostas dos alunos quanto ao conhecimento sobre as agências de checagem.

Figura 4 – Gráfico que demonstra a quantidade de respostas que conhecem Agências de checagem de notícias.



Fonte: O autor/Questionário.

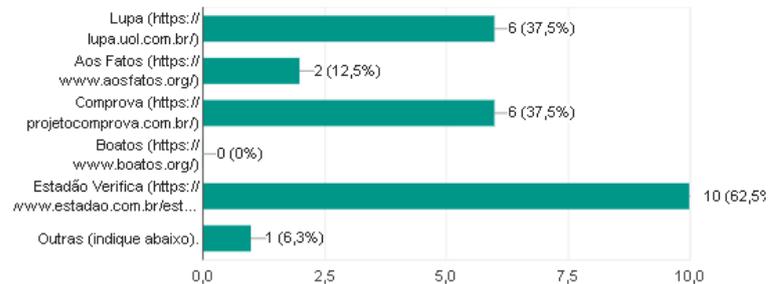
Os alunos foram perguntados sobre sua habilidade em distinguir notícias falsas das verdadeiras. Avaliando essa competência em uma escala de 0 a 5, observou-se que 12,1% afirmam ter um conhecimento abrangente do tema, atribuindo a si mesmos a pontuação máxima. 50% dos

¹ <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/>

² <https://projeto comprova.com.br/>

³ <https://lupa.uol.com.br/>

Figura 5 – Gráfico que demonstra as agências de checagem mais conhecidas pelos alunos.

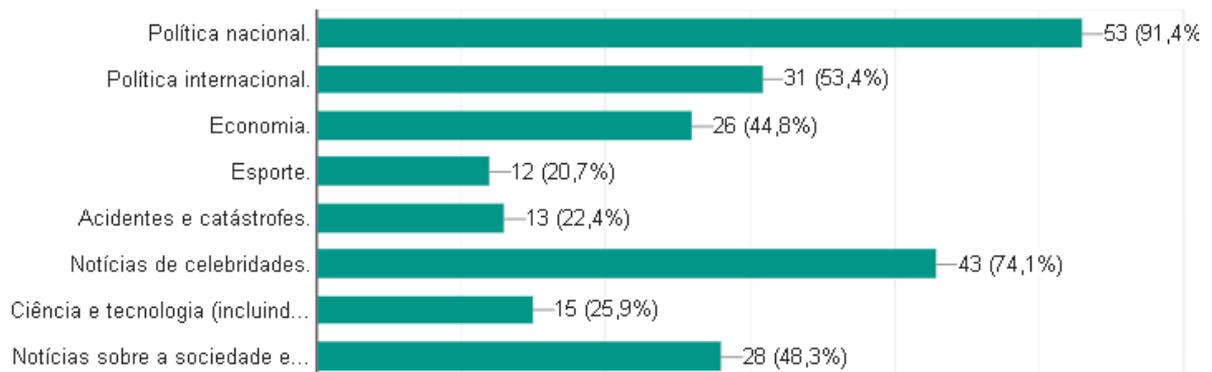


Fonte: O autor/Questionário.

alunos autoavaliou-se com nota 4, segundo os critérios estabelecidos pela escala. Uma parcela de 34,5% atribuiu a si mesma nota 3, indicando uma avaliação intermediária, enquanto 3,4% se autoavaliaram com nota 2. Esses resultados evidenciam uma variação nas percepções dos alunos sobre sua capacidade de discernir informações, destacando a importância de abordagens educativas para fortalecer a habilidade crítica diante do atual cenário de disseminação de informações diversas.

Os participantes foram questionados sobre os temas que consideram mais propensos à disseminação de notícias falsas, podendo selecionar mais de uma opção. Na avaliação dos participantes, os tópicos que mais frequentemente geram esse tipo de informação são Política Nacional, citada por expressivos 91,4%, seguida por Notícias de Celebidades, com 74,1%, e Política Internacional, com 53,4%. Esses resultados, apresentados de maneira gráfica na Figura 7, evidenciam as percepções dos alunos em relação aos temas mais suscetíveis à propagação de *fake news*, oferecendo *insights* importantes para compreender as áreas onde a vigilância crítica pode ser especialmente crucial.

Figura 6 – Gráfico que demonstra o principais temas que constantemente produzem *fake news* na percepção dos alunos.

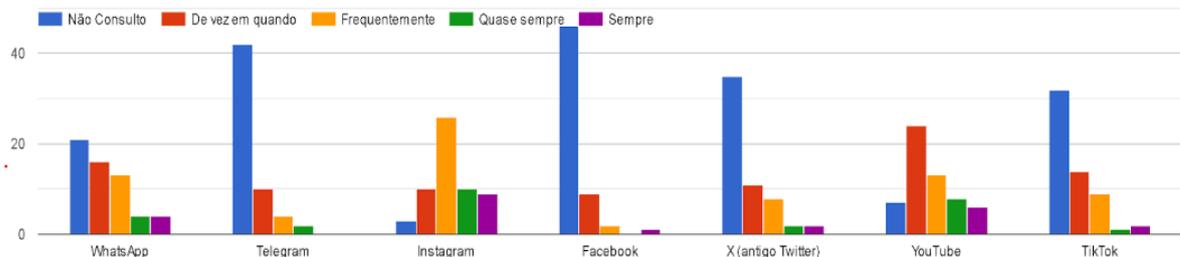


Fonte: O autor/Questionário.

É amplamente reconhecido que a apresentação de uma notícia nas redes sociais desempenha um papel crucial na formação da percepção do usuário em relação a ela. Nesse contexto, 65,5% dos participantes acreditam que uma notícia tem mais chances de ser considerada verdadeira quando citada por várias fontes no conteúdo da informação. Além disso, 60,3% compartilham dessa percepção em relação à veracidade quando a mesma informação é veiculada em mais de um meio convencional. As opiniões positivas também se estendem aos meios jornalísticos tradicionais, com 55,2% dos participantes acreditando que as informações publicadas nesses veículos são mais propensas a serem verdadeiras. Esses resultados destacam a importância da diversificação das fontes de informação na construção da confiança dos usuários em relação às notícias. Esse questionamento podia aceitar mais de uma opção como escolha.

Ao serem questionados sobre as redes sociais mais utilizadas para buscar informações e a frequência dessa utilização, observou-se que uma parcela reduzida dos estudantes indicou consultar o Instagram "Sempre". Por outro lado, conforme a percepção dos alunos, Facebook e Telegram são considerados menos propensos a serem utilizados na busca por informações. O gráfico da Figura 8 compara a frequência de busca por informação em cada rede social.

Figura 7 – Gráfico que contrasta a frequência de busca por informações em cada rede social.



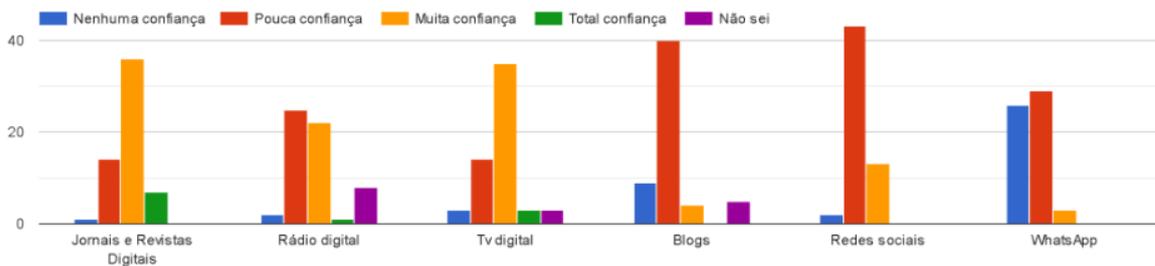
Fonte: O autor/Questionário.

Atualmente, é evidente que cada meio de divulgação de informações emprega métodos, fontes e recursos distintos para alcançar seu público-alvo. Diante desse cenário, torna-se crucial para o público a habilidade de avaliar e questionar a credibilidade do veículo pelo qual recebe informações, a fim de determinar se é merecedor de confiança para o consumo contínuo de seu conteúdo. Nesse contexto, os participantes foram indagados sobre o grau de confiança atribuído a diversos meios de informação. Os resultados desta pesquisa revelam que uma parcela reduzida de alunos expressou "Total confiança" em Jornais e Revistas, assim como na TV Digital, embora tenham sido os mais frequentemente classificados como "Muita confiança". Por outro lado, nas categorias de "Pouca confiança", as redes sociais lideraram, seguidas por

blogs, WhatsApp e o rádio digital. O WhatsApp recebeu predominantemente classificações de "Pouca confiança", mas chamou a atenção por também ser votado como "Nenhuma Confiança", com uma diferença de apenas 2 votos. Esses dados refletem a complexidade das percepções dos alunos em relação à confiança em diferentes meios de informação evidenciados na Figura 9.

Figura 8 – Gráfico que contrasta o grau de confiança dos Estudantes para cada veículo de informação.

Sinalize o grau de confiança que credita nas notícias publicadas nos seguintes meios:



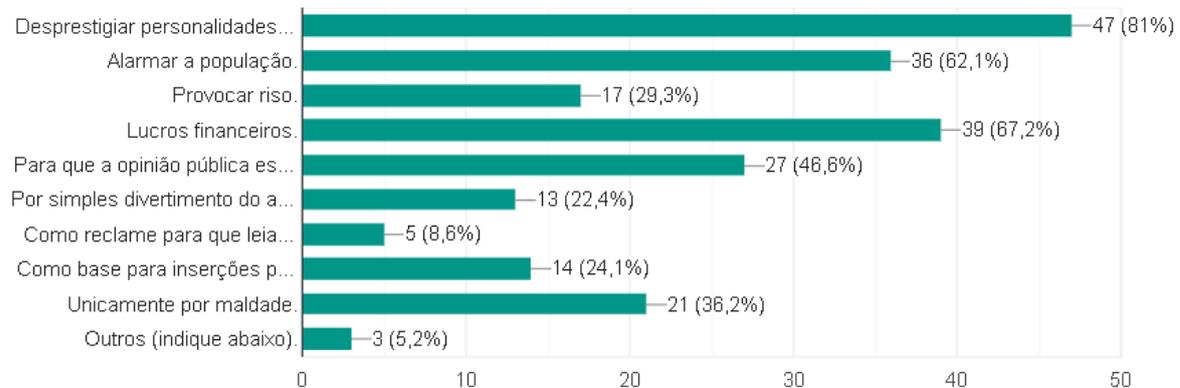
Fonte: O autor/Questionário.

Por meio da execução desta pesquisa, foi possível identificar as perspectivas dos participantes em relação às redes sociais mais suscetíveis à notícias falsas. Essa coleta de dados foi conduzida por meio de uma escala de 1 a 5, onde o valor 1 representa "Nenhuma é *fake news*" e o valor 5 indica "Todas ou quase todas são *fake news*". Ao analisar os resultados, observou-se que o WhatsApp foi predominantemente classificado com nota 5, enquanto o Telegram apresentou um empate entre as notas 3 e 4. Os demais meios, como Instagram, Facebook, X, YouTube e TikTok, foram majoritariamente classificados com a nota 3 pelos estudantes.

Com o intuito de aprofundar a compreensão da opinião dos alunos sobre a temática abordada nesta pesquisa, questionou-se sobre os motivos que motivam a fabricação e disseminação de notícias falsas. De acordo com os participantes, 81% acreditam que o principal motivo é desprestigiar personalidades. Em segundo lugar, com 67,2% de escolha, os entrevistados percebem que a produção de notícias falsas ocorre visando lucros financeiros e em terceiro lugar, com 62,1%, acreditam que as *fake news* são elaboradas para gerar alarme na população. A Figura 10 ilustra as escolhas dos participantes em resposta a essa indagação.

No que se refere a determinados temas, os alunos foram apresentados a afirmações que demandavam respostas categorizadas, incluindo opções como "Totalmente de acordo", "Muito de acordo", "Pouco de acordo", "Nada de acordo" ou "Não sei". Diante das diversas situações apresentadas, os alunos demonstraram plena concordância em relação a algumas

Figura 9 – Gráfico que contrasta as respostas dos alunos quanto aos motivos que levam o surgimento de *fake news*.



Fonte: O autor/Questionário.

afirmações específicas. Por exemplo, 38 respostas indicaram concordância total com a ideia de que há um aumento de *fake news* durante períodos eleitorais. Da mesma forma, 40 respostas destacaram a importância da educação na distinção entre *fake news* e notícias reais.

Além disso, 26 respostas apontaram concordância com a afirmação de que indivíduos mais midiáticos são mais suscetíveis a serem alvos de *fake news*, enquanto 31 respostas revelaram a concordância dos alunos com a noção de que, em geral, a população compartilha notícias sem verificar sua veracidade. Outras percepções foram evidenciadas com 34 respostas que indicaram que estar bem informado contribui para prevenir a credibilidade em relação a *fake news*, e 29 respostas sugeriram que, em épocas de crise, há uma tendência ao surgimento de mais *fake news*.

Situações como "As *fake news* são sempre lançadas por grupos com claros interesses econômicos e/ou políticos" e "Os jovens entre 18 e 24 anos são os que melhor identificam *fake news*, mais do que os mais jovens ou os adultos mais velhos" foram majoritariamente rotuladas como "Muito de acordo pelos estudantes", obtendo 29 e 23 respostas respectivamente.

Quando o assunto envolve a afirmação "Se não existissem redes sociais, não existiriam *fake news*", os alunos manifestaram discordância com a opção "Nada de acordo", totalizando 35 respostas. Já diante da afirmativa "Os usuários com mais contas nas redes sociais são mais capacitados para detectar e diferenciar *fake news*", a opção predominante foi "Pouco de acordo" somando 29 respostas.

6.1 Comparativo entre trabalhos

A seguinte pesquisa foi desenvolvida focada em uma análise voltada para os cursos de Engenharia (Civil, Mecânica, de Produção) da UFCO Campos Russas. Em paralelo, outro

trabalho com mesma metodologia foi desenvolvida por outro autor focada em analisar os cursos de Tecnologia da Informação (TI) envolvendo os cursos de Engenharia de Software e Ciência da computação do Campus.

Analisando os resultados esta pesquisa apresentou um total de 64 respostas enquanto a segunda teve um total de 120. Referente aos dados coletados, pode-ser perceber que a preferência pelas Redes sociais como tecnologia para fonte de informação foi predominante nos Cursos de TI do campus, apresentando uma porcentagem de escolha de 90,7%.

Relativo a questão das políticas de combate a fake news, observou-se que 60,2% também não conhece ou já ouviu falar sobre as agências de checagem de notícias, o que comprova a carência dessa ferramenta de segurança nos cursos do Campus.

Por outro lado, os alunos dos cursos de TI demonstraram uma maturidade semelhante à dos estudantes dos cursos de Engenharia em relação à verificação da veracidade das informações. Os dados da pesquisa indicam que, entre as circunstâncias consideradas, houve uma maior ênfase na verificação de informações quando estas pareciam interessantes, geravam alarde social e pareciam incríveis. Comparando com os cursos de Engenharia, torna-se evidente que as preferências em relação aos temas são semelhantes, além disso, a quantidade de alunos que afirmam não checar a informação é bem pequena, somando 6 alunos entre as duas pesquisas.

No que tange a avaliação da veracidade da informação, os alunos dos cursos de TI também consideram como principal abordagem a presença de múltiplas fontes em seu conteúdo.

Em suma, as duas pesquisa tiveram o mesmo questionário sendo aplicados para os cursos de TI e Engenharias do Campus de Russas, pelos resultados pode-se obter a mesma conclusão para os cursos investigados durante os trabalhos. Os alunos possuem preferência pelas mídias sociais no consumo de informações tendo mais chances de recebem fake news, porém possuem maturidade para verificarem as noticias que recebem bem como a noção dos perigos das redes sociais no cenário da informação, embora ainda existam discrepâncias no que tange as questões de combate a essa problemática visto a situação das agências de checagem de notícias, apresentando baixa presença no dia a dia dos alunos.

7 CONCLUSÕES

Esta pesquisa teve como objetivo realizar um levantamento sobre as tecnologias, comportamentos e precauções adotadas pelos estudantes dos cursos de Engenharia (Mecânica, Civil e de Produção) na UFC Campus Russas, no que diz respeito à manutenção de sua informação diária. A temática da informação na atualidade engloba diversos fatores que impactam a maneira como ela chega ao público-alvo, incluindo a disseminação de notícias falsas nos meios de comunicação e a postura da audiência ao recebê-las.

Após analisar os resultados da pesquisa, foi possível concluir que os alunos obtêm informações diárias principalmente por meio de plataformas de redes sociais, como Instagram, Facebook e X. Essa constatação é notável, considerando que a maioria dos alunos concordou que as informações obtidas por essas redes sociais não são amplamente confiáveis.

É importante ressaltar os riscos associados ao consumo desses meios como fonte de informação, uma vez que não são ambientes regulamentados para esse propósito. Devido à escassa presença de controle legislativo, esses espaços se tornam propícios à disseminação de notícias falsas. Além disso, os órgãos existentes para combater esse problema mostram-se menos eficientes, como evidenciado pela pesquisa, na qual mais da metade dos participantes afirmou nunca ter ouvido falar das agências de checagem de notícias. Isso torna esse ambiente particularmente perigoso para o consumo e compartilhamento de informações e notícias. Sendo assim, os alunos que utilizam as mídias como fonte de informação estão mais sujeitos a receberem notícias falsas por suas medidas de proteção serem ineficazes ou desconhecidos pelos usuários.

Na análise dos resultados, foi possível analisar a postura dos alunos ao receber notícias dos diferentes meios digitais. Foi identificado que os participantes em sua maioria, costumam verificar a veracidade dos assuntos, principalmente quando a informação parece interessante, incrível, gera um certo alarme social, destacando uma baixa quantidade de alunos que informou que não costumam verificar a informação recebida. Assim sendo, pode-se obter uma conclusão positiva do contexto em questão, tendo em vista que a checagem da veracidade da informação é muito importante pois evita o compartilhamento de informações falsas na sociedade.

Além disso, foi possível compreender o método empregado pelos alunos para avaliar a veracidade de uma notícia. Conforme indicado pelos participantes, a principal abordagem para verificar a autenticidade da informação é a presença de múltiplas fontes em seu conteúdo. Essa prática contribui no combate à disseminação de notícias falsas, especialmente quando essas

fontes são respeitáveis e regulamentadas.

Embora a maioria dos entrevistados consumam as redes sociais, a pesquisa evidenciou que a maioria dos estudantes deposita maior confiança em jornais e revistas digitais em comparação com os conteúdos compartilhados nas mídias sociais. Através dessa análise, pode-se compreender que os estudantes demonstram certa maturidade ao se conectarem com o mundo digital, uma vez que reconhecem que, apesar da facilidade de obter informações nas mídias sociais, nem sempre essas informações são confiáveis. Além disso, percebem que veículos mais tradicionais podem oferecer maior confiança na transmissão de notícias, embora ainda estejam suscetíveis a acreditar em notícias falsas nas redes sociais.

Portanto, os dados dessa pesquisa comprovam que os estudantes dos cursos das Engenharias estão mais adeptos a utilizarem os meios digitais como fonte de informação e para essa finalidade, dando preferências as redes sociais como Instagram, Facebook e X, atendendo ao objetivo específico dessa pesquisa de identificar as principais fontes/tecnologias de informações consumidas pelos estudantes. Contudo é notório o gerenciamento que possuem sobre as informações que recebem dando prioridade na averiguação da veracidade da informação, bem como na compreensão existente dos perigos que as redes sociais podem apresentar no contexto informativo, sendo considerados os meios mais propensos a disseminação de notícias falsas, alcançando o segundo e terceiro objetivo dessa pesquisa de averiguar a conscientização do(a)s estudantes quanto à desinformação presente nas fontes de informação e identificar quais as principais fontes de disseminação de notícias falsas respectivamente. Ademais, vale destacar a questão das políticas de combate às fake news, a maioria dos estudantes afirmou não ter conhecimento sobre as agências de checagem de notícias, o que poderia ser uma medida bastante eficaz na proteção do público contra esse obstáculo, caso fosse algo mais amplamente conhecido.

Ademais, como trabalhos futuros, apoiando-se nos resultados desta pesquisa, sugere-se a realização de ações no âmbito acadêmico (palestras, workshops, mesas redondas, etc) abordando a temática de fake news, suas consequências e como combater. Sugere-se também uma análise mais profunda no que tange a segurança e combate contra notícias falsas nas redes sociais, sugere-se utilizar essa pesquisa no desenvolvimento de novas tecnologias que auxiliem no combate as fake news, tema este que apresentou resultados alarmantes no decorrer da pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, R. S. de; MACIEL, J. C. F.; MEDEIROS, R. F. de; GADELHA, H. S.; FILHO, H. M. C.; SANTOS, S. A. dos; MARQUES, A. T.; SILVA, M. M. F. **A liberdade de expressão e seus limites: uma análise crítica do marco civil da internet**. Research, Society and Development, v. 11, n. 2, p. e39111225445–e39111225445, 2022.
- ARAUJO, N. C.; FACHIN, J. **Evolução das fontes de informação**. Biblos, v. 29, n. 1, 2015.
- BAPTISTA, E. A.; ROSSINI, P.; OLIVEIRA, V. Veiga de; STROMER-GALLEY, J. **A circulação da (des) informação política no whatsapp e no facebook**. Lumina, Universidade Federal de Juiz de Fora, v. 13, n. 3, p. 29–46, 2019.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede: Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. [S.l.]: Editora Paz e Terra, 1999. Volume 1.
- COSTA, W. M. d. **Análise das relações pessoais e da relação com o saber na escola pública: investigação na escola estadual professora Judith Bezerra de Melo**. Dissertação (Mestrado) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2015.
- INSTITUTO GRPCOM. **Tipos de desinformação**. 2023. Disponível em: <https://institutogrpcom.org.br/7-tipos-desinformacao/>. Acesso em: 14 de Nov. 2023.
- RODRIGUES, J. **Pesquisa indica recursos mais relevantes de mídias sociais + 95 estatísticas de redes em 2022**. 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/estatisticas-redes-sociais/>. Acesso em: 14 de Nov. 2023.
- BARBOSA, M. **As diferenças entre fake news, pós-verdade, deepfakes e o papel da escola**. 2020. Disponível em: <https://revistaeducacao.com.br/2020/05/18/fake-news-deepfakes-escola/>. Acesso em: 26 de Nov. 2023.
- NAGAM, V. **Internet use, users, and cognition: on the cognitive relationships between internet-based technology and internet users**. BMC Psychology, v. 11, 03 2023.
- NETO, M.; GOMES, T. de O.; PORTO, F. R.; RAFAEL, R. d. M. R.; FONSECA, M. H. S.; NASCIMENTO, J. **Fake news no cenário da pandemia de covid-19**. Cogitare enfermagem, v. 25, 2020.
- GUIMARÃES, P; RODRIGUES, C. **4 em cada 10 brasileiros afirmam receber fake news diariamente**. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/4-em-cada-10-brasileiros-afirmam-receber-fake-news-diariamente/>. Acesso em: 14 de Nov. 2023.
- RECUERO, R. **A rede e a mensagem: Efeitos da difusão de informações nos sites de rede social**. Lo que McLuhan no previu. 1ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, v. 1, p. 205–223, 2012.
- RECUERO, R. da C. **Redes sociais na internet: Considerações iniciais**. In: E-Compós. [S.l.: s.n.], 2005. v. 2.
- RENARD, J.-B. **Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, 2007. ISSN 1415-0549. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550188015>. Acesso em: 14 de Nov. 2023.

RIBEIRO, M. M.; ORTELLADO, P. **O que são e como lidar com as notícias falsas.** SUR-Revista Internacional de Direitos Humanos, São Paulo, n. 27, 2018.

SIGNIFICADOS. **Meios de comunicação.** 2023. Disponível em: <https://www.significados.com.br/meios-de-comunicacao/>. Acesso em: 14 de Nov. 2023.

TRAVASSOS, A. L. de M. **Percepções dos estudantes de Comunicação sobre fake news: um estudo na Universidade Fernando Pessoa.** 2021. Dissertação (Mestrado).

APÊNDICE A - FORMULÁRIO

17/12/2023, 16:14

Desinformação em Grupos Sociais: um estudo sobre mídias, opinião e fake news nas engenharias

Desinformação em Grupos Sociais: um estudo sobre mídias, opinião e *fake news* nas engenharias

O propósito deste questionário é analisar a relação que os estudantes dos cursos de Engenharia (Civil, Mecânica, Produção) da Universidade Federal do Ceará – Campus Russas possuem com as tecnologias e as *fake news*/desinformação.

Todas as respostas serão mantidas anônimas e confidenciais. Portanto, solicita-se sinceridade ao responder as questões.

Para preencher o questionário, é necessário selecionar as alternativas correspondentes a cada questão. Algumas questões são de resposta única, enquanto outras são de respostas múltiplas, indicadas como "Múltipla escolha", permitindo a seleção de várias opções. Além disso, em determinados casos, você terá a oportunidade de fornecer respostas por escrito.

Por favor, leia com atenção as perguntas e as instruções fornecidas antes de respondê-las.

nathanvidalgomes1@gmail.com [Alternar conta](#)



Não compartilhado

* Indica uma pergunta obrigatória



Termo de Consentimento para Participação em Pesquisa Online

Prezado(a) Participante,

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa online sobre o tema "Desinformação em grupos sociais: um estudo sobre mídias, opinião e fake news nos cursos de engenharia da UFC Russas". Esta pesquisa tem em vista captar as experiências de estudantes ao receberem notícias falsas nas mídias sociais, a fim de contribuir para um melhor entendimento desse processo e para a produção de um trabalho de conclusão de curso.

Sua participação é totalmente voluntária e suas respostas serão mantidas em sigilo. Não haverá identificação pessoal em nenhum resultado ou publicação derivada desta pesquisa. As informações coletadas serão usadas apenas para fins acadêmicos e de pesquisa.

Ao concordar em participar, você se compromete a responder de forma honesta e completa as questões do formulário. Você tem o direito de interromper sua participação a qualquer momento, sem precisar fornecer uma justificativa.

Por favor, esteja ciente de que sua participação não trará nenhum benefício direto a você. No entanto, suas respostas podem contribuir para o avanço do conhecimento na área da pesquisa.

Se você tiver alguma dúvida sobre o processo ou sobre seus direitos como participante, sinta-se à vontade para entrar em contato com o pesquisador responsável através do e-mail: nathanvidalvidal@alu.ufc.br.

Ao prosseguir, você confirma que leu e entendeu os termos deste consentimento e concorda em participar desta pesquisa.

Você concorda em participar? *

- Concordo em participar da pesquisa.
- Não concordo em participar da pesquisa.

Idade *

Sua resposta

Sexo *

Sua resposta

Dedicação atual *

- Estuda
- Trabalha
- Estuda e Trabalha

Curso *

- Engenharia Mecânica
- Engenharia de Produção
- Engenharia Civil

Semestre atual *

OBSERVAÇÃO: Semestre que está cursando atualmente, por exemplo: 2º semestre, 5º semestre, etc.

Sua resposta



Informa-se, cotidianamente, com notícias da atualidade? Com qual frequência? *

- Não, nunca.
- Sim, mas não todos os dias.
- Sim, uma vez ao dia.
- Sim, duas ou três vezes ao dia.
- Sim, mais de três vezes ao dia.

Nota!

Caso tenha respondido a pergunta anterior com a opção "Não, Nunca" responda apenas a pergunta a seguir e encerre o questionário. Caso tenha escolhido alguma outra alternativa diferente dessa, ignore as próximas duas perguntas.

Por quais motivos assinalou "Nunca" na resposta anterior? *

- Não estou interessado em notícias.
- Não confio nas informações que recebo.
- Não é uma prioridade.
- Outras causas (indique abaixo).

Em caso de ter escolhido a opção "Outras Causas" na pergunta anterior, indique-as abaixo.

Sua resposta



Quais tecnologias você utiliza para manter-se informado? *

Múltipla escolha (nesta questão você pode selecionar vários itens)

- Prefiro os meios tradicionais (Jornais impressos, Revistas, etc.).
- Redes sociais (Instagram, Facebook, etc.).
- Blogs.
- Informações recebidas por WhatsApp ou outro serviço de mensagens.
- Páginas oficiais de organizações e instituições.
- Jornais e/ou Revistas digitais.
- Rádios digitais.
- Televisão digital.
- Informações que chegam por buscadores como o Google, Bing, etc.
- Outros meios (indique abaixo).

Caso tenha respondido "Outros meios" na resposta anterior, informe quais meios, abaixo.

Sua resposta



Quais redes sociais consulta informações? Com qual frequência? *

Múltipla escolha (nesta questão você pode selecionar vários itens)

	Não Consulto	De vez em quando	Frequentemente	Quase sempre	Sempre
WhatsApp	<input type="radio"/>				
Telegram	<input type="radio"/>				
Instagram	<input type="radio"/>				
Facebook	<input type="radio"/>				
X (antigo Twitter)	<input type="radio"/>				
YouTube	<input type="radio"/>				
TikTok	<input type="radio"/>				



Costuma verificar a veracidade das informações que lhe chega por diferentes meios? *

Múltipla escolha (nesta questão você pode selecionar vários itens)

- Não. Nunca.
- Às vezes, quando a informação parece incrível.
- Às vezes, quando a informação me parece interessante.
- Às vezes, quando a informação chega pelas redes sociais.
- Às vezes, quando a informação chega por buscadores como o Google, Bing, etc.
- Às vezes, quando a informação chega por WhatsApp.
- Às vezes, quando a informação gera um certo alarme social.
- Às vezes, quando a informação chega pelos meios convencionais (não digitais).
- Sempre, independentemente do meio ou conteúdo da informação.

Conhece ou já ouviu falar sobre as agências de checagem de notícias? *

- Sim
- Não

Quais das agências de checagem de notícias seguintes você conhece? *

- Lupa (<https://lupa.uol.com.br/>)
- Aos Fatos (<https://www.aosfatos.org/>)
- Comprova (<https://projeto comprova.com.br/>)
- Boatos (<https://www.boatos.org/>)
- Estadão Verifica (<https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/>)
- Outras (indique abaixo).



Caso tenha respondido "Outras" na pergunta anterior cite quais:

Sua resposta

Com qual frequência compartilha informações que lhe chegam pelos meios digitais? *

	Nunca	De vez em quando	Frequentemente	Sempre
Jornais e/ou Revistas Digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rádio Digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TV Digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WhatsApp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros (indique abaixo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Caso tenha marcado "Outros" na questão anterior, informe quais, abaixo.

Sua resposta



Numa escala de 1 a 5, informe o grau em que você se considera capaz de identificar e distinguir as falsas notícias das que não são, no momento que recebe a informação. *

1 2 3 4 5

Não sou capaz de diferenciar as notícias verdadeiras das falsas Consigo identificar e diferenciar totalmente as fake news

Na sua opinião, quais são os temas que constantemente produzem *fake news*? *

Múltipla escolha (nesta questão você pode selecionar vários itens)

- Política nacional.
- Política internacional.
- Economia.
- Esporte.
- Acidentes e catástrofes.
- Notícias de celebridades.
- Ciência e tecnologia (incluindo ambiente e alterações climáticas).
- Notícias sobre a sociedade em geral.



Quais aspectos você leva em consideração para considerar uma notícia real? *

Múltipla escolha (nesta questão você pode selecionar vários itens)

- Se a informação vem acompanhada de conteúdos audiovisuais.
- Se a informação chega desde as versões digitais ou tradicionais da imprensa (jornais e revistas), rádio e televisão.
- Se a informação está publicada nos meios jornalísticos tradicionais.
- Se a mesma informação surge em mais do que um meio convencional.
- Se confio no autor da informação.
- Se a informação chega a partir dos indivíduos que sigo nas redes sociais.
- Se são citadas várias fontes no conteúdo da informação.
- Outros aspectos (indique abaixo).

Caso tenha respondido "Outros aspectos" na questão anterior, informe quais aspectos abaixo.

Sua resposta



Quando você recebe uma notícia por meio das redes sociais ou outro meio, que parte ou partes da notícia costuma consultar? *

Múltipla escolha (nesta questão você pode selecionar vários itens)

	Nunca	De vez em quando	Frequentemente	Sempre
Os títulos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foto/vídeo/áudio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Introdução	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parte do conteúdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Todo o conteúdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opiniões e comentários dos usuários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Sinalize o grau de confiança que credita nas notícias publicadas nos seguintes meios: *

	Nenhuma confiança	Pouca confiança	Muita confiança	Total confiança	Não sei
Jornais e Revistas Digitais	<input type="radio"/>				
Rádio digital	<input type="radio"/>				
Tv digital	<input type="radio"/>				
Blogs	<input type="radio"/>				
Redes sociais	<input type="radio"/>				
WhatsApp	<input type="radio"/>				



De acordo com suas percepções sobre o assunto, pontue de 1 a 5 as redes sociais quanto à utilização para difundir o maior número de notícias falsas: *
(Escala: 1 – Nenhuma é fake news; 5 – Todas ou quase todas são fake news).

	1	2	3	4	5	Não sei
WhatsApp	<input type="radio"/>					
Telegram	<input type="radio"/>					
Instagram	<input type="radio"/>					
Facebook	<input type="radio"/>					
X (antigo Twitter)	<input type="radio"/>					
YouTube	<input type="radio"/>					
TikTok	<input type="radio"/>					



Quais motivos você acredita que estimulam alguém a fabricar e difundir falsas informações na sociedade? *

Múltipla escolha (nesta questão você pode selecionar vários itens)

- Desprestigiar personalidades públicas.
- Alarmar a população.
- Provocar riso.
- Lucros financeiros.
- Para que a opinião pública esqueça de temas mais relevantes.
- Por simples divertimento do autor.
- Como reclame para que leiam outras notícias do mesmo meio.
- Como base para inserções publicitárias.
- Unicamente por maldade.
- Outros (indique abaixo).

Caso tenha respondido "Outros" na questão anterior, informe quais abaixo.

Sua resposta



Sinalize, conforme o seu conhecimento, o grau de acordo ou desacordo com as seguintes afirmações: *

Múltipla escolha (nesta questão você pode selecionar vários itens)

	Nada de acordo	Pouco de acordo	Muito de acordo	Totalmente de acordo	Não sei
Há mais fake news em épocas eleitorais.	<input type="radio"/>				
A educação é imprescindível para diferenciar as fake news das notícias reais.	<input type="radio"/>				
Quanto mais midiático for um indivíduo, mais propenso é a ser objeto de fake news.	<input type="radio"/>				
Se não existissem redes sociais não existiriam fake news.	<input type="radio"/>				
Os usuários com mais contas nas redes sociais são mais capacitados para detectar e diferenciar fake news.	<input type="radio"/>				
As fake news são sempre lançadas por grupos com	<input type="radio"/>				



claros
interesses
econômicos
e/ou políticos.

Os jovens entre
18 e 24 anos,
são os que
melhor
identificam fake
news, mais do
que os
menores ou do
que os adultos
com mais
idade.

Em geral, a
população
compartilha e
difunde notícias
sem as
confirmar nem
prestar atenção
à sua
veracidade.

Estar bem e
corretamente
informados
previne-nos de
dar
credibilidade a
fake news.

Em épocas de
crise surgem
mais fake
news.

MUITO OBRIGADO POR RESPONDER E CONTRIBUIR COM ESTA PESQUISA!



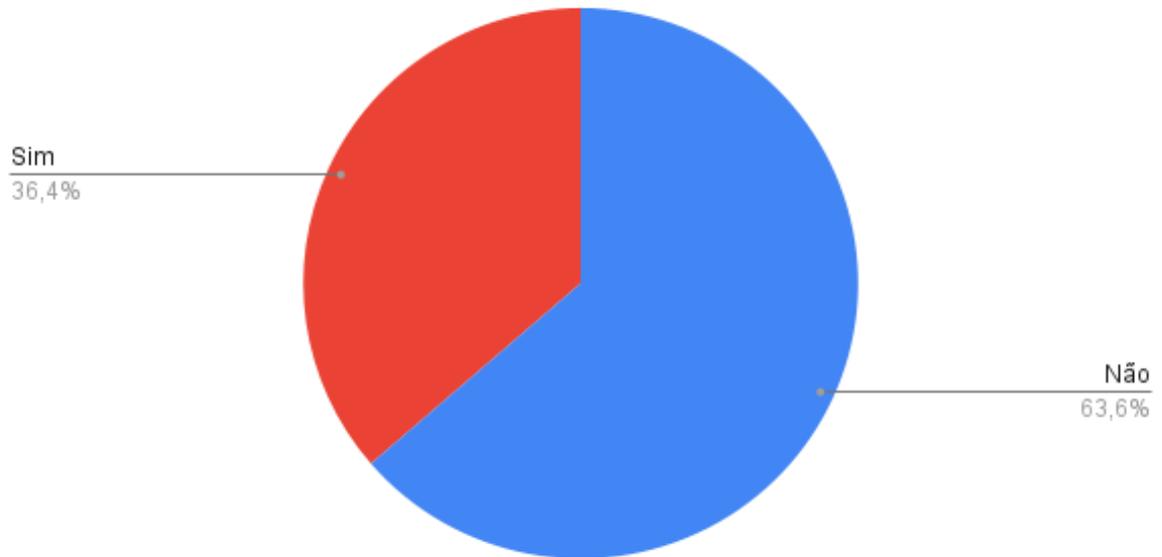
Enviar

Limpar formulário



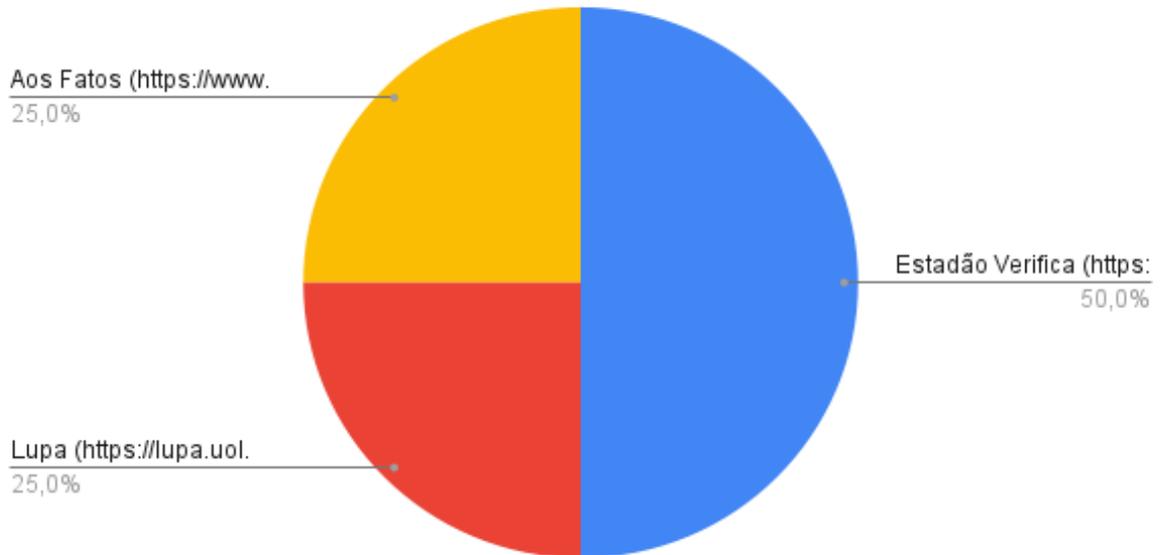
APÊNDICE B - GRÁFICOS DOS DADOS PARA CURSO DE ENGENHARIA CIVIL

Contagem de Conhece ou já ouviu falar sobre as agências de checagem de notícias?



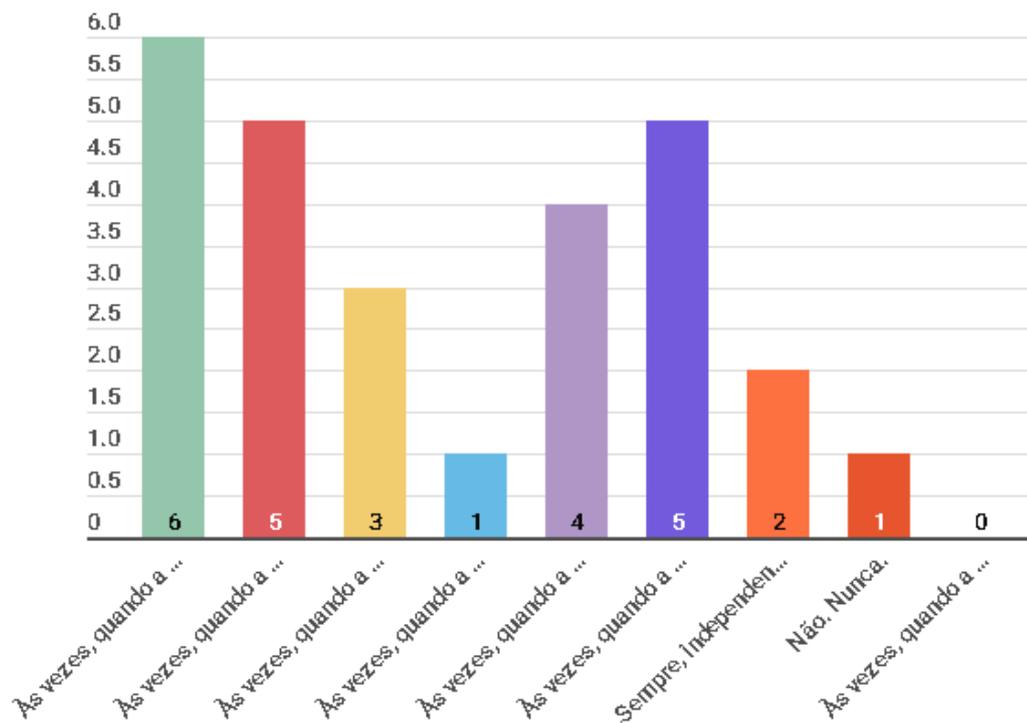
Fonte: O autor

Contagem de Quais das agências de checagem de notícias seguintes você conhece?



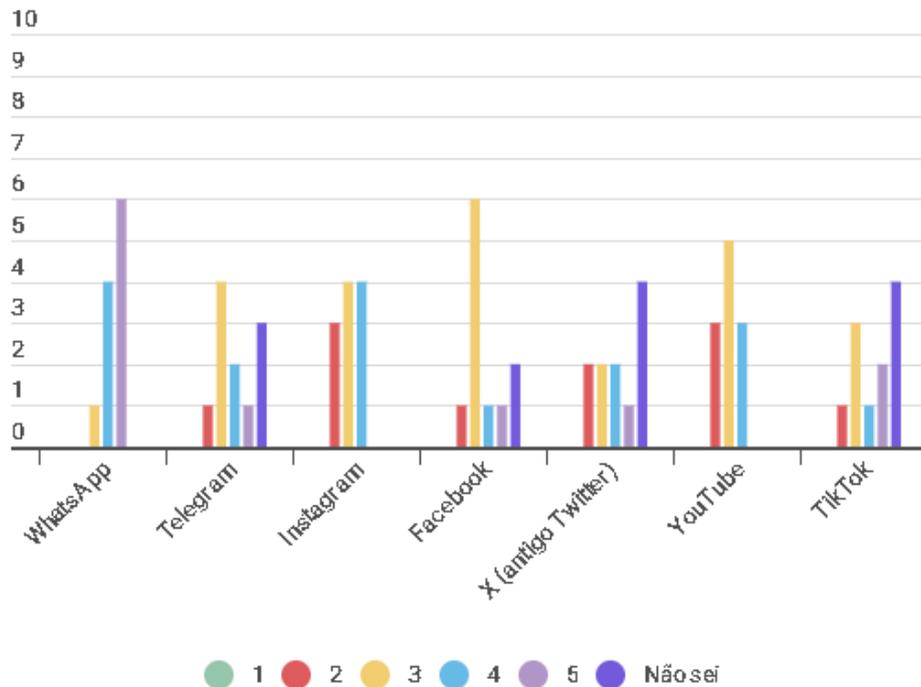
Fonte: O autor

Costuma verificar a veracidade das informações que lhe chega por diferentes meios?



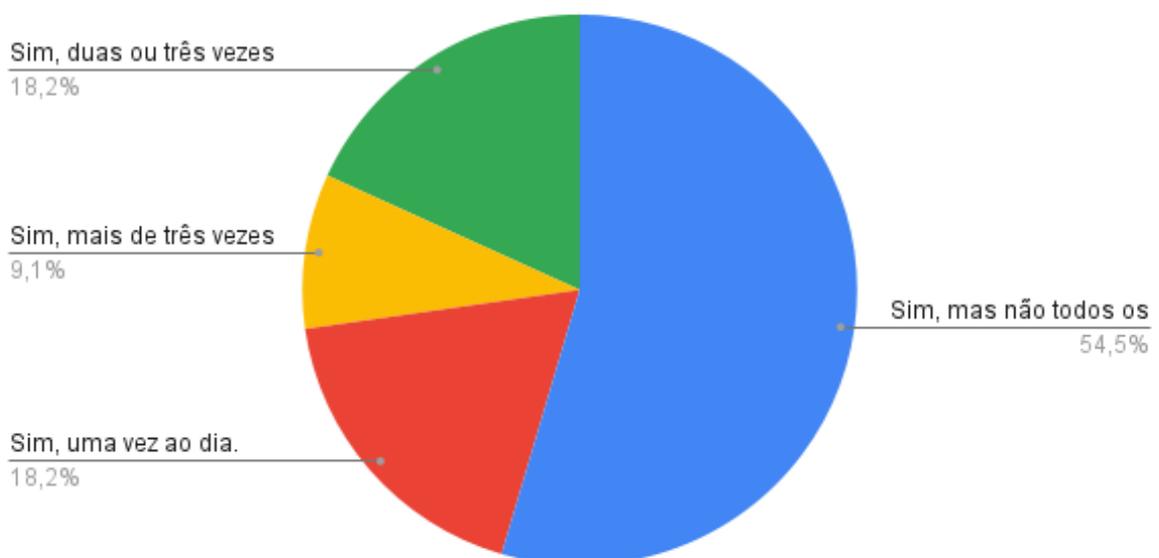
Fonte: O autor

De acordo com suas percepções sobre o assunto, pontue de 1 a 5 as redes sociais quanto à utilização para difundir o maior número de notícias falsas



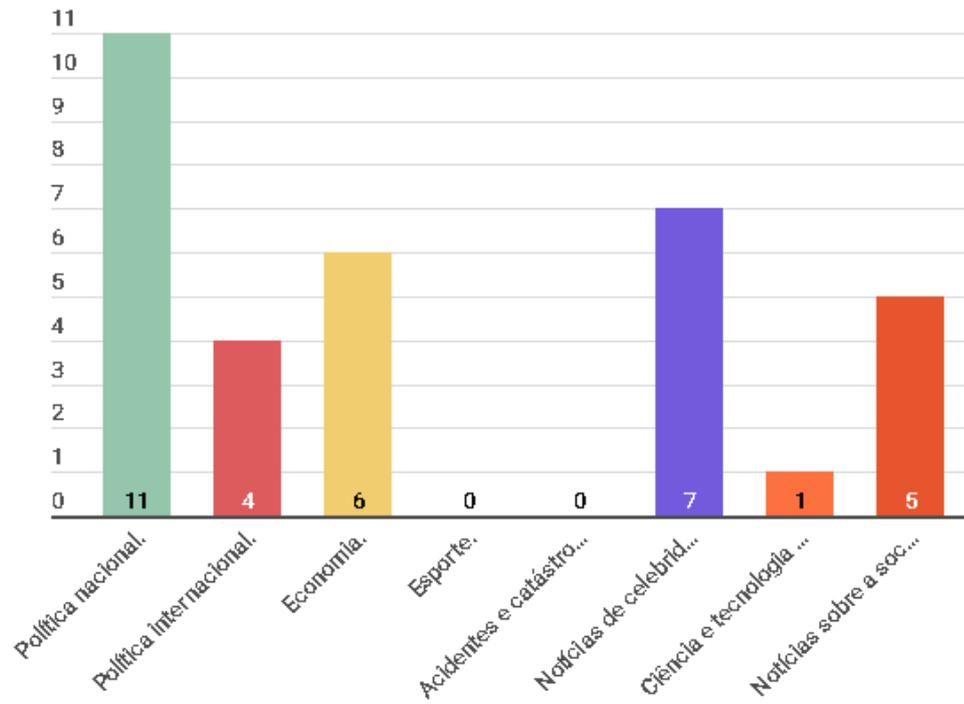
Fonte: O autor

Informa-se, cotidianamente, com notícias da atualidade? Com qual frequência?



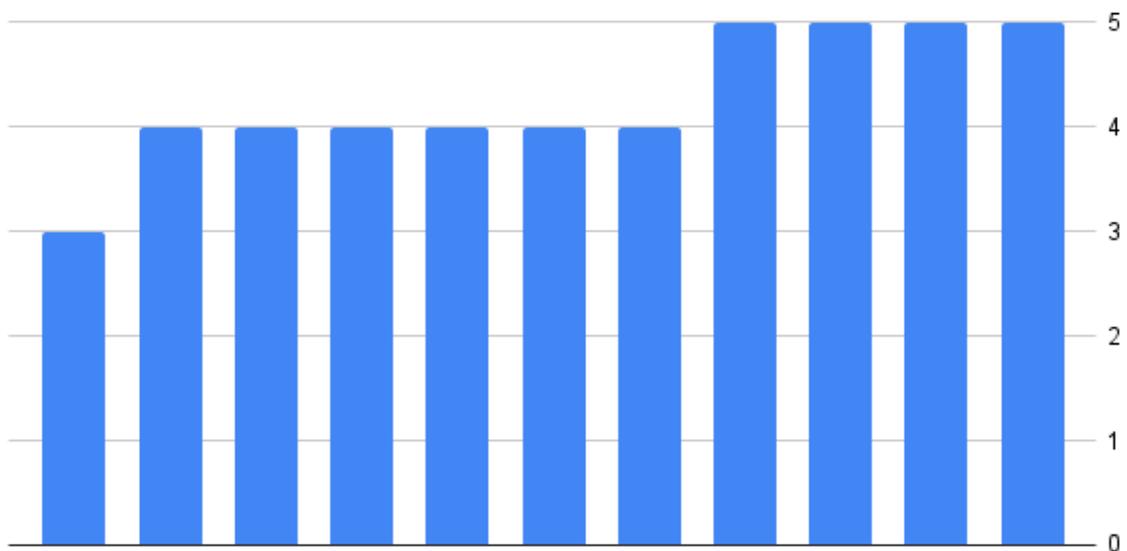
Fonte: O autor

Na sua opinião, quais são os temas que constantemente produzem fake news?



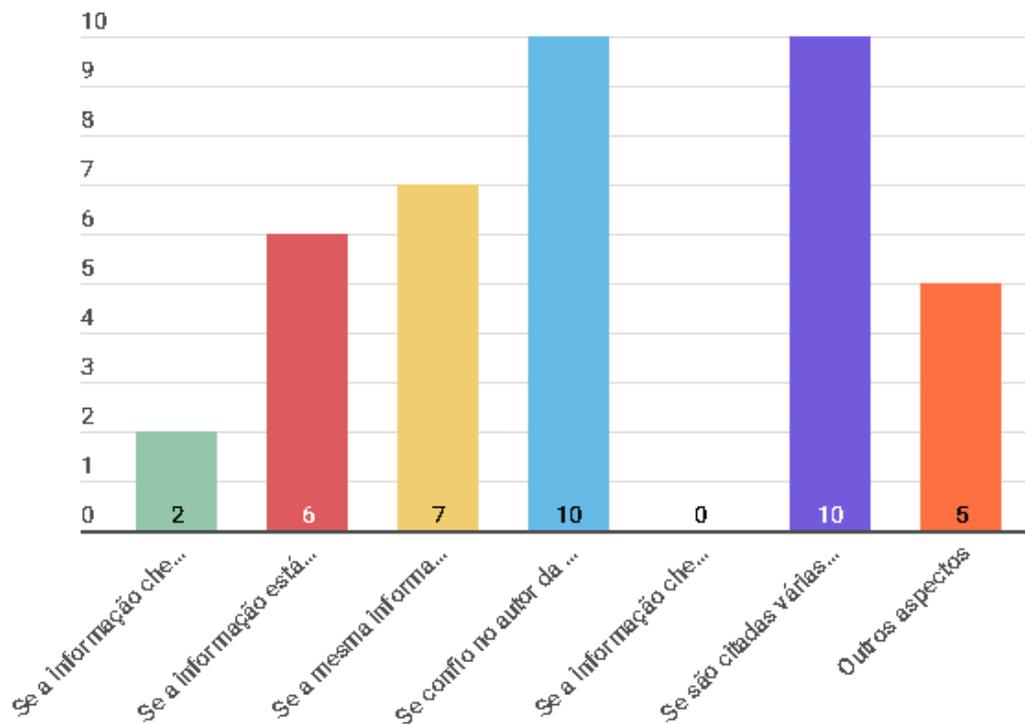
Fonte: O autor

Numa escala de 1 a 5, informe o grau em que você se considera capaz de identificar e distinguir as falsas notícias das



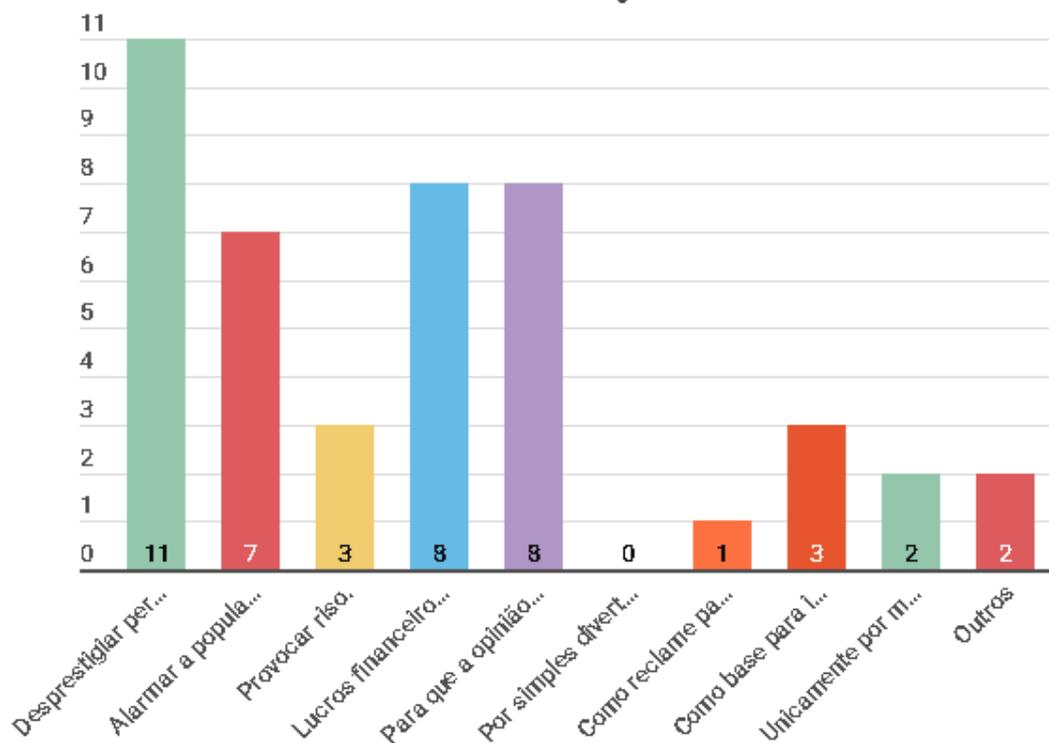
Fonte: O autor

Quais aspectos você leva em consideração para considerar uma notícia real?



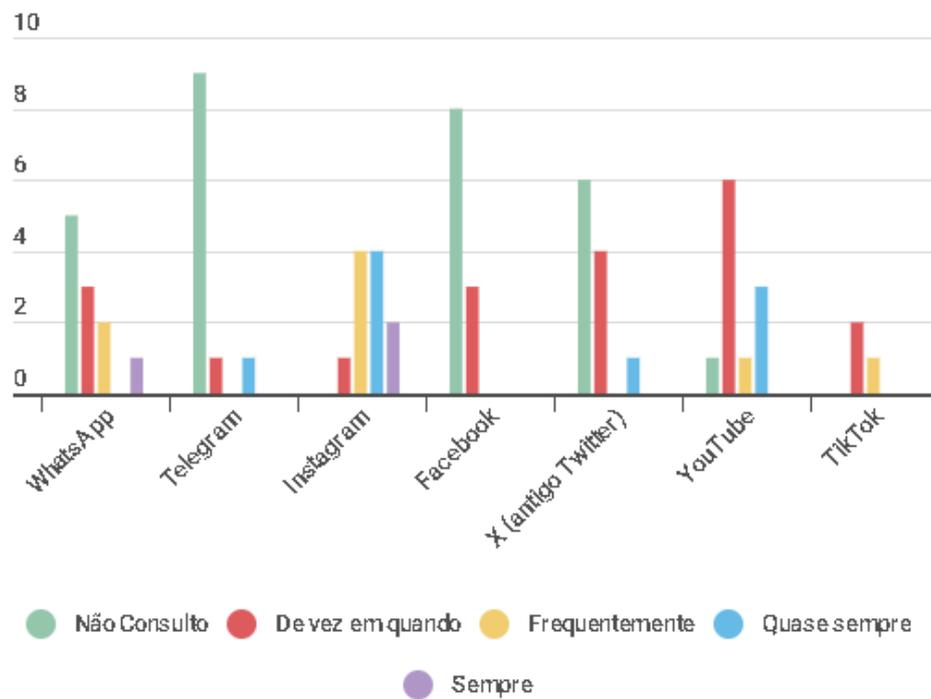
Fonte: O autor

Quais motivos você acredita que estimulam alguém a fabricar e difundir falsas informações na sociedade?



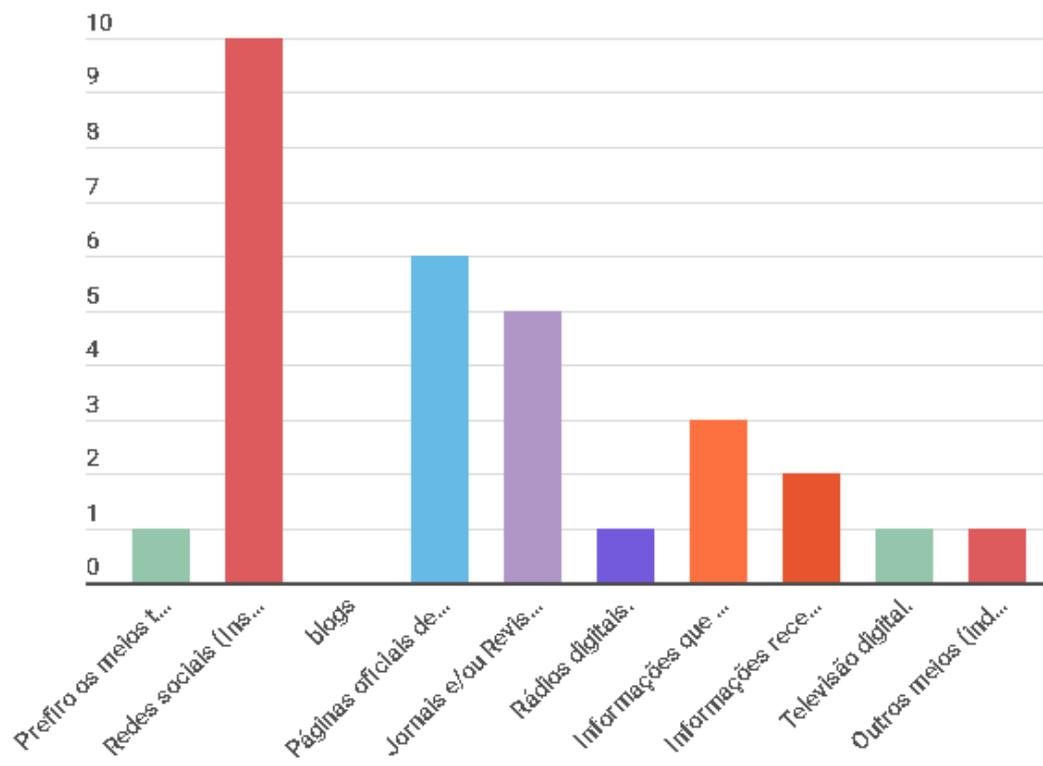
Fonte: O autor

Quais redes sociais consulta informações? Com qual frequência?



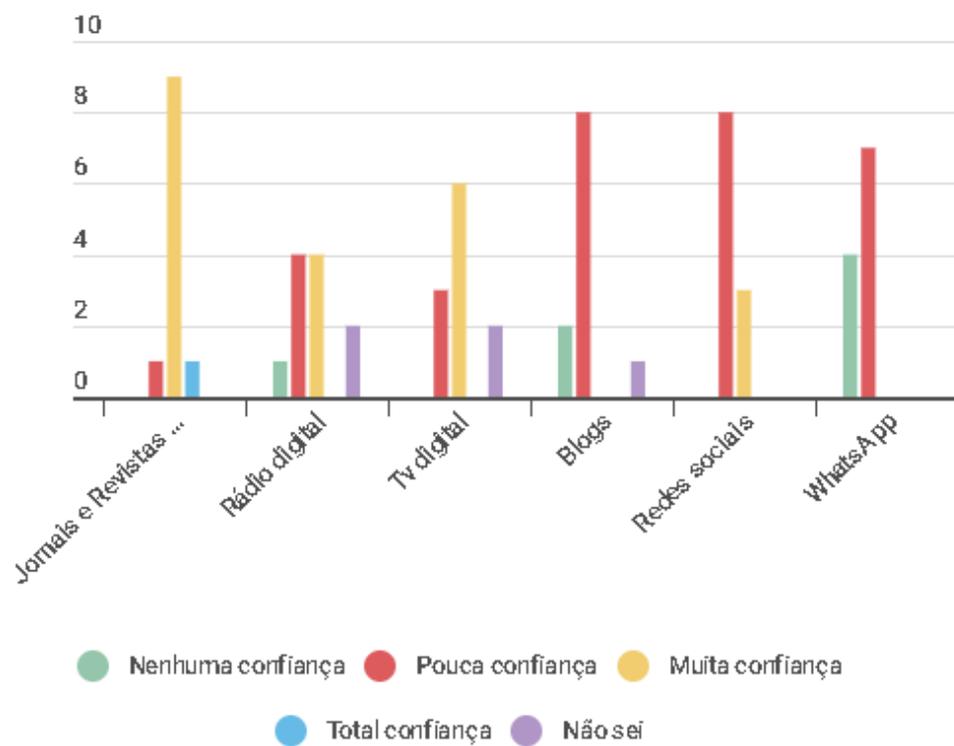
Fonte: O autor

Quais tecnologias você utiliza para manter-se informado?



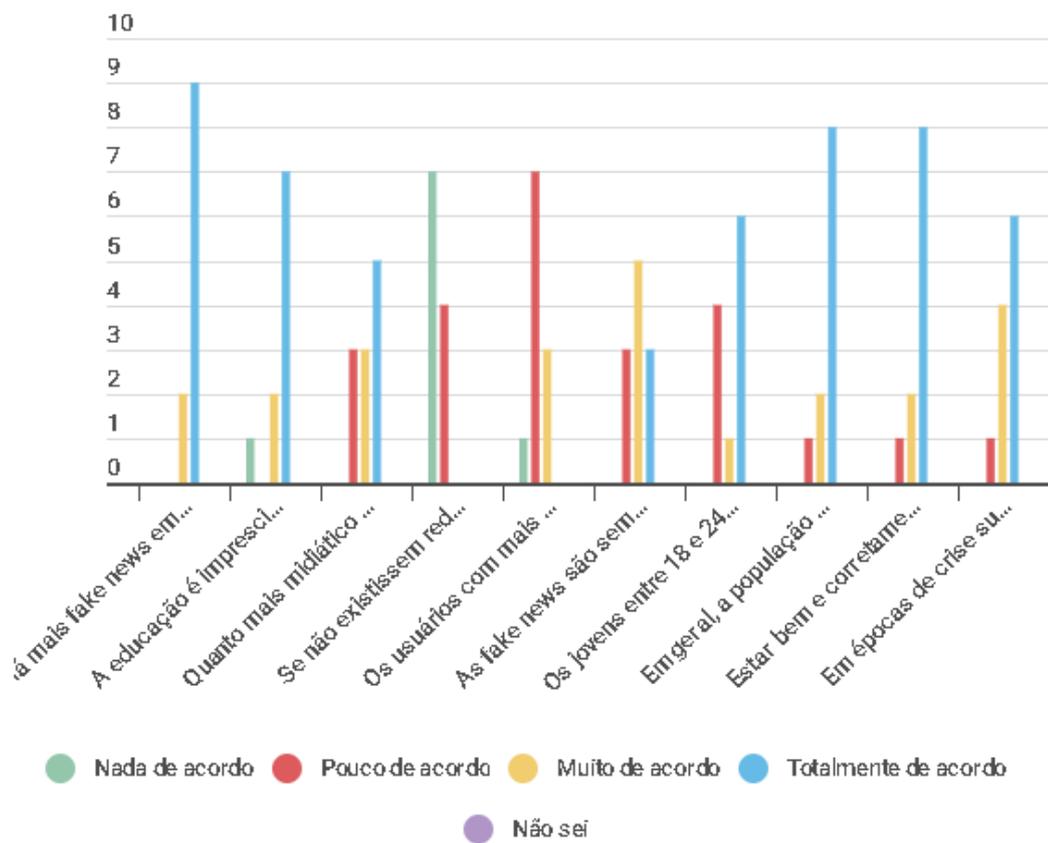
Fonte: O autor

Sinalize o grau de confiança que credita nas notícias publicadas nos seguintes meios



Fonte: O autor

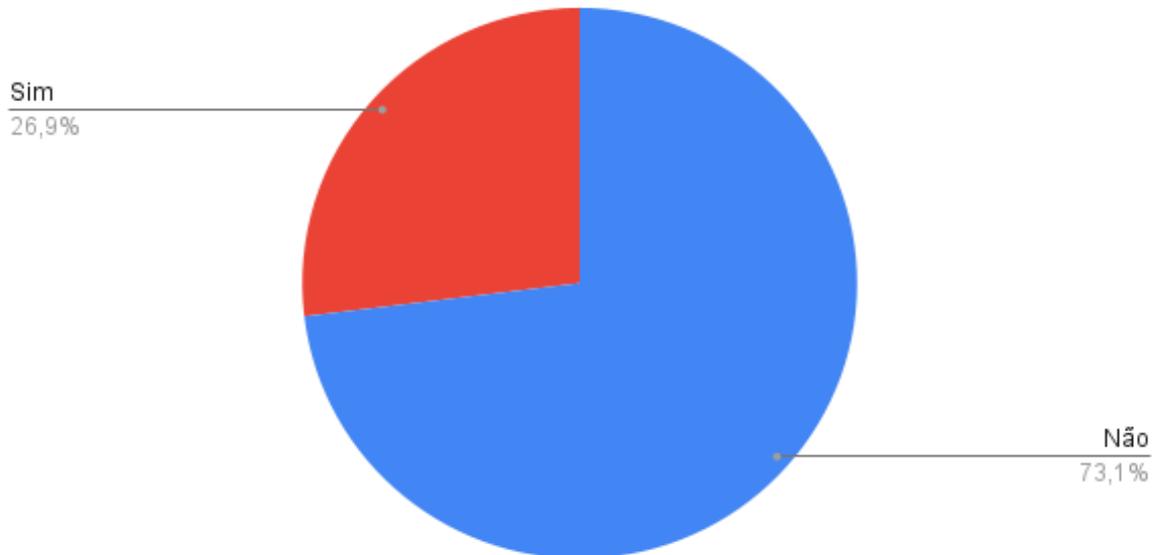
Sinalize, conforme o seu conhecimento, o grau de acordo ou desacordo com as seguintes afirmações:



Fonte: O autor

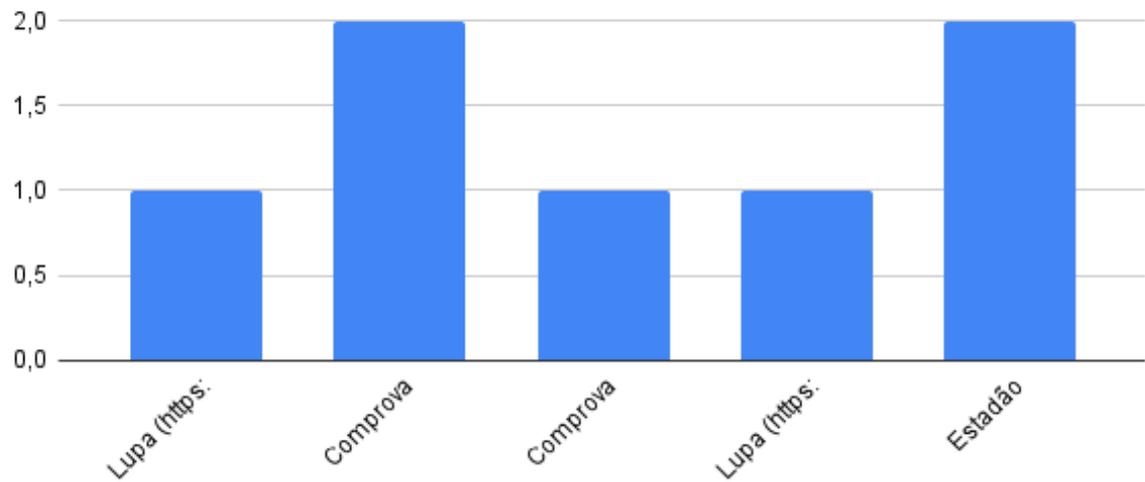
APÊNDICE C - GRÁFICOS DOS DADOS PARA CURSO DE ENGENHARIA MECÂNICA

Contagem de Conhece ou já ouviu falar sobre as agências de checagem de notícias?



Fonte: O autor

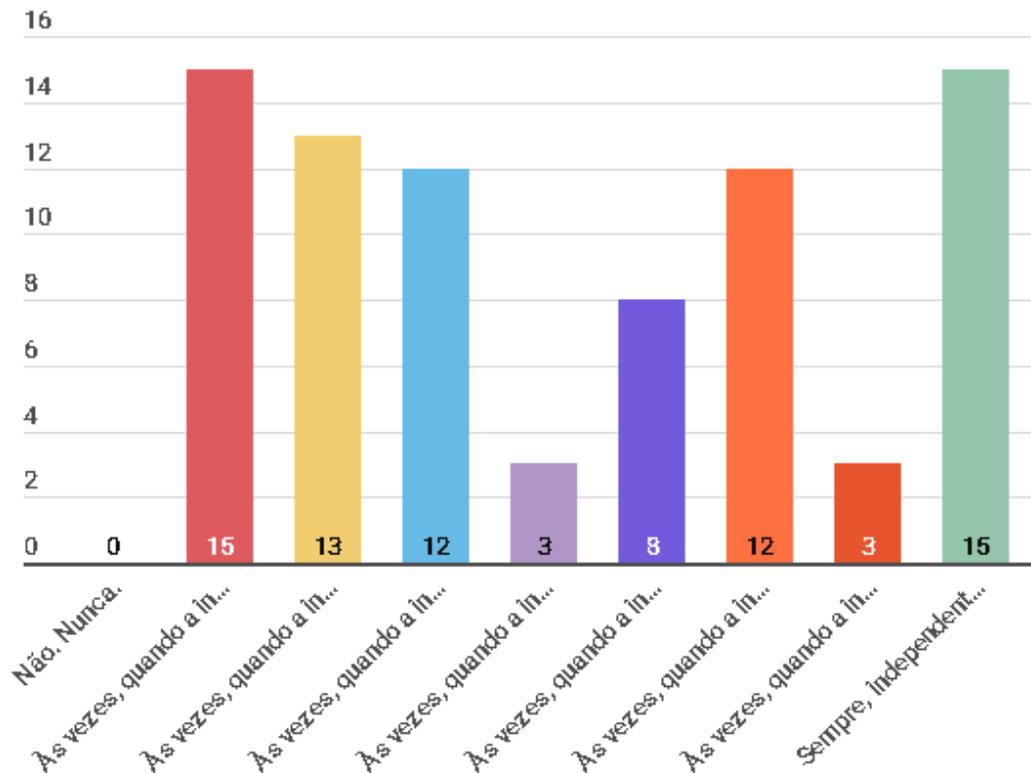
Contagem de Quais das agências de checagem de notícias seguintes você conhece?



Contagem de Quais das agências de checagem de notícias seguintes você conhece?

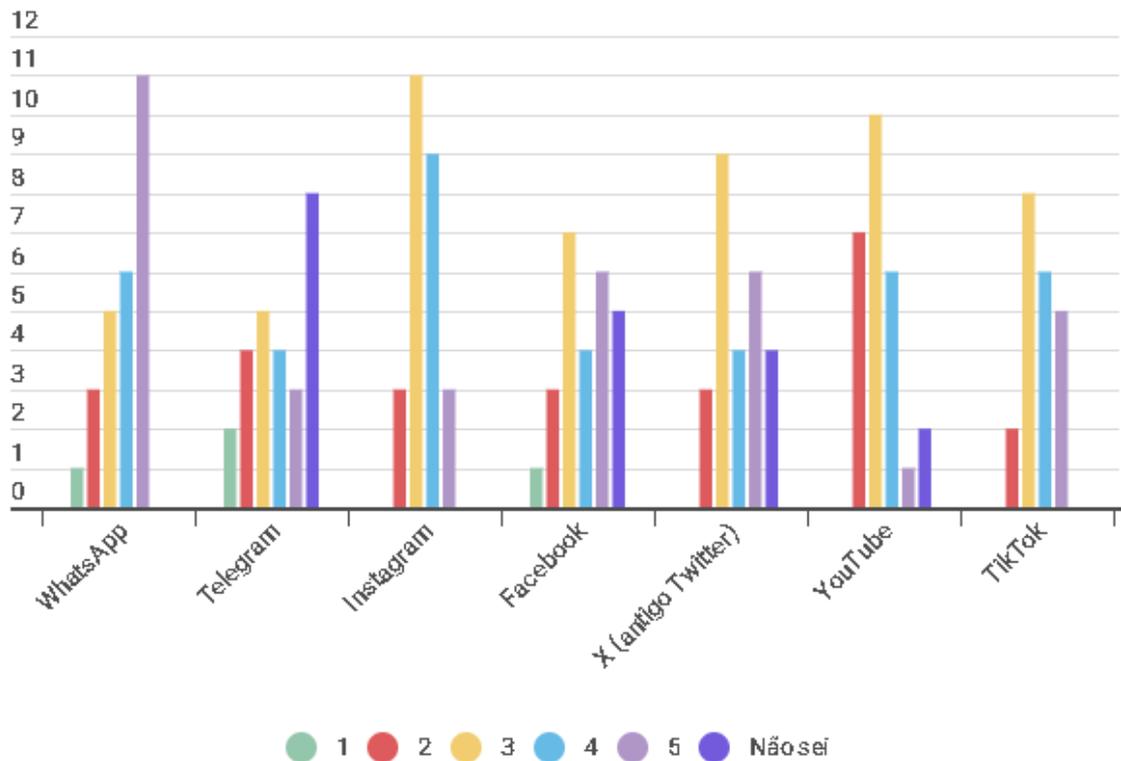
Fonte: O autor

Costuma verificar a veracidade das informações que lhe chega por diferentes meios?



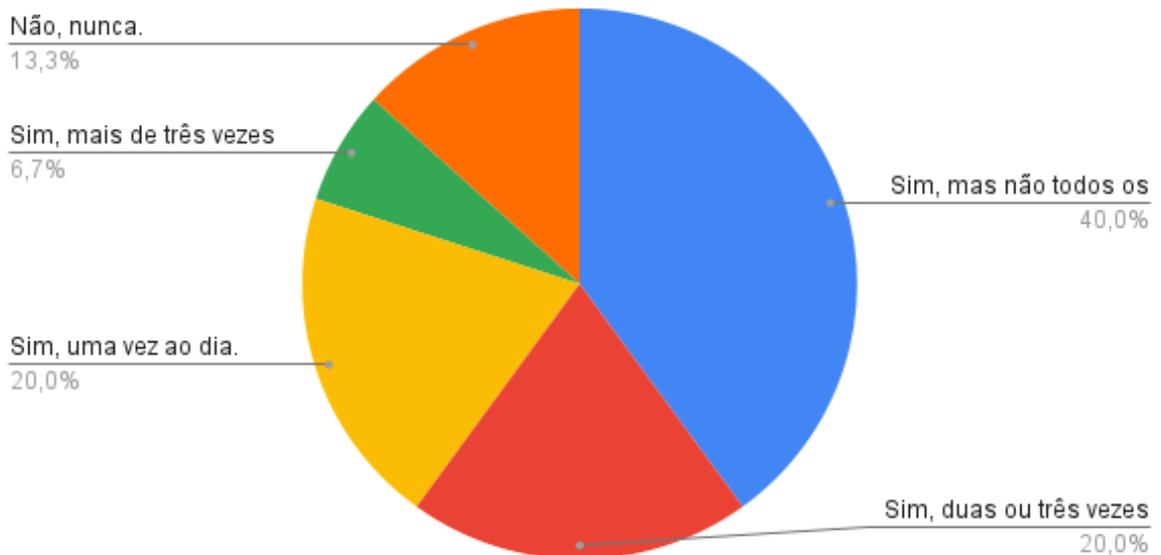
Fonte: O autor

De acordo com suas percepções sobre o assunto, pontue de 1 a 5 as redes sociais quanto à utilização para difundir o maior número de notícias falsas



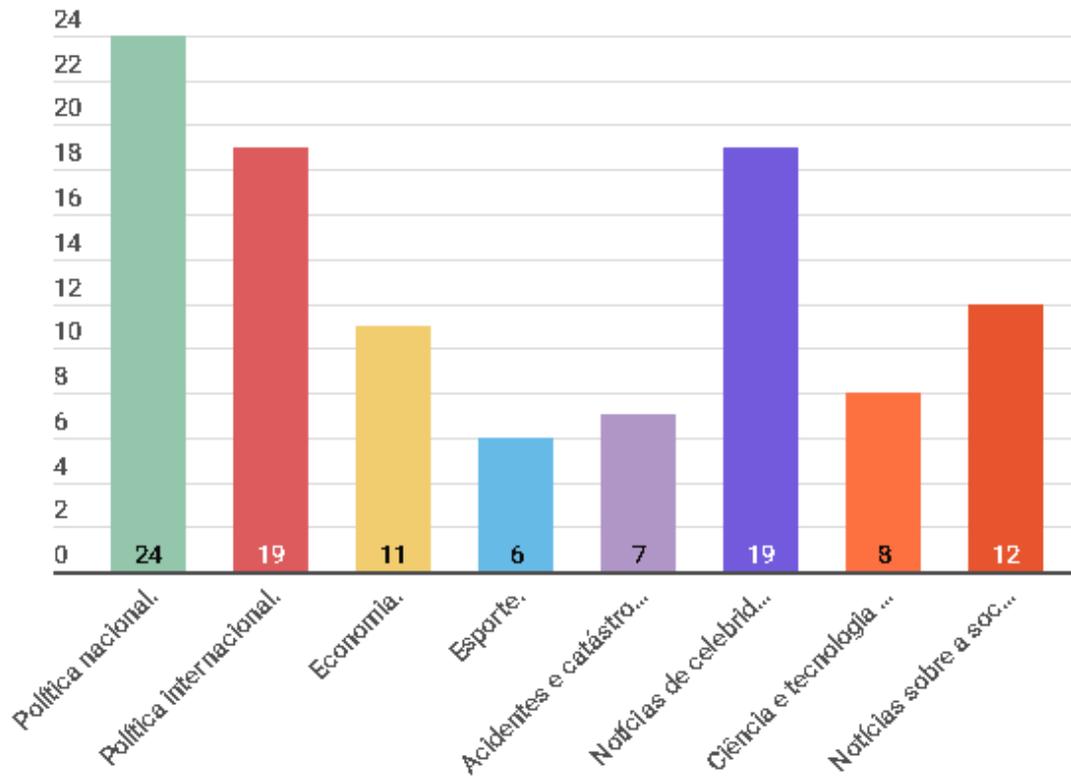
Fonte: O autor

Informa-se, cotidianamente, com notícias da atualidade? Com qual frequência?



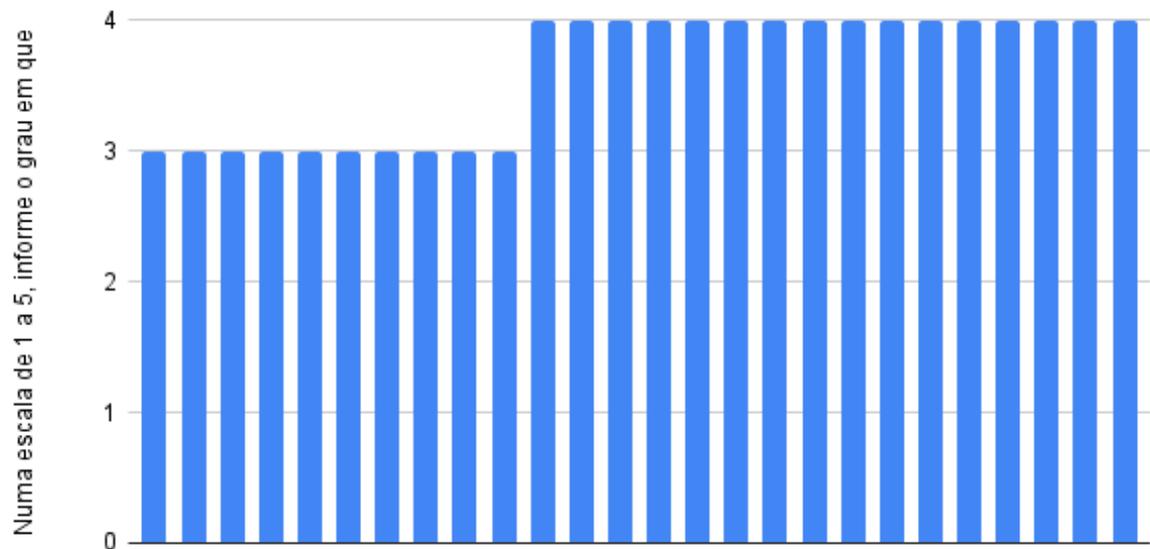
Fonte: O autor

Na sua opinião, quais são os temas que constantemente produzem fake news?



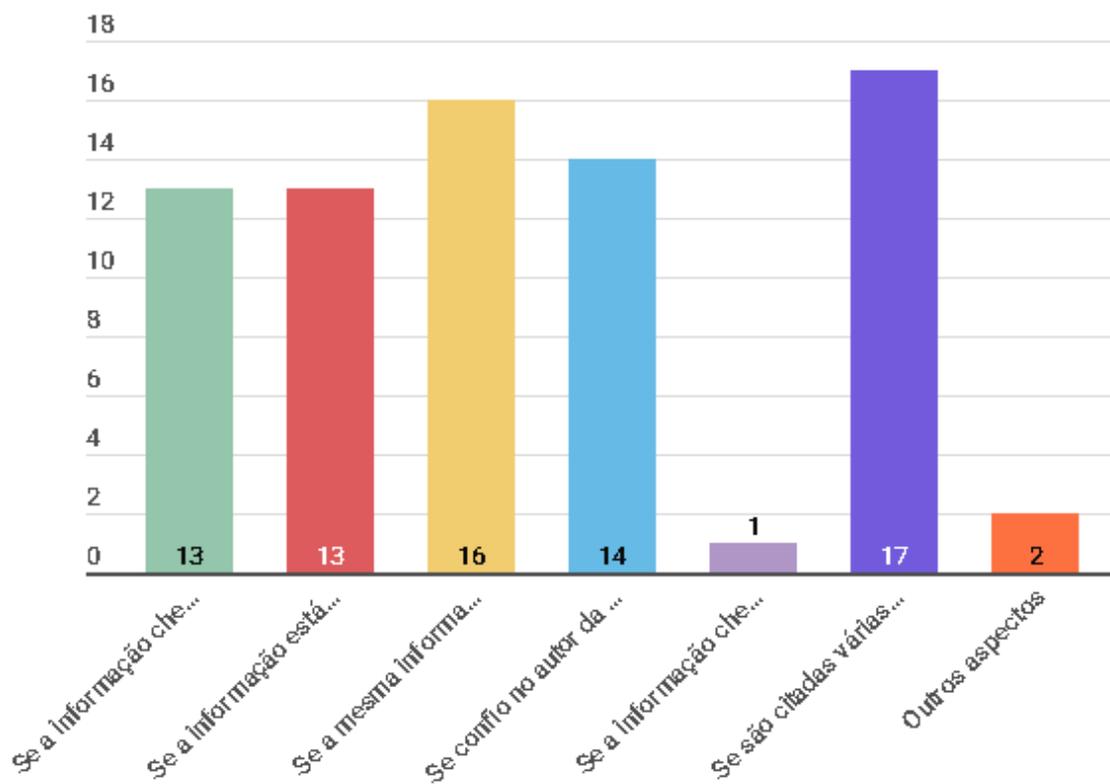
Fonte: O autor

Numa escala de 1 a 5, informe o grau em que você se considera capaz de identificar e distinguir as falsas notícias das



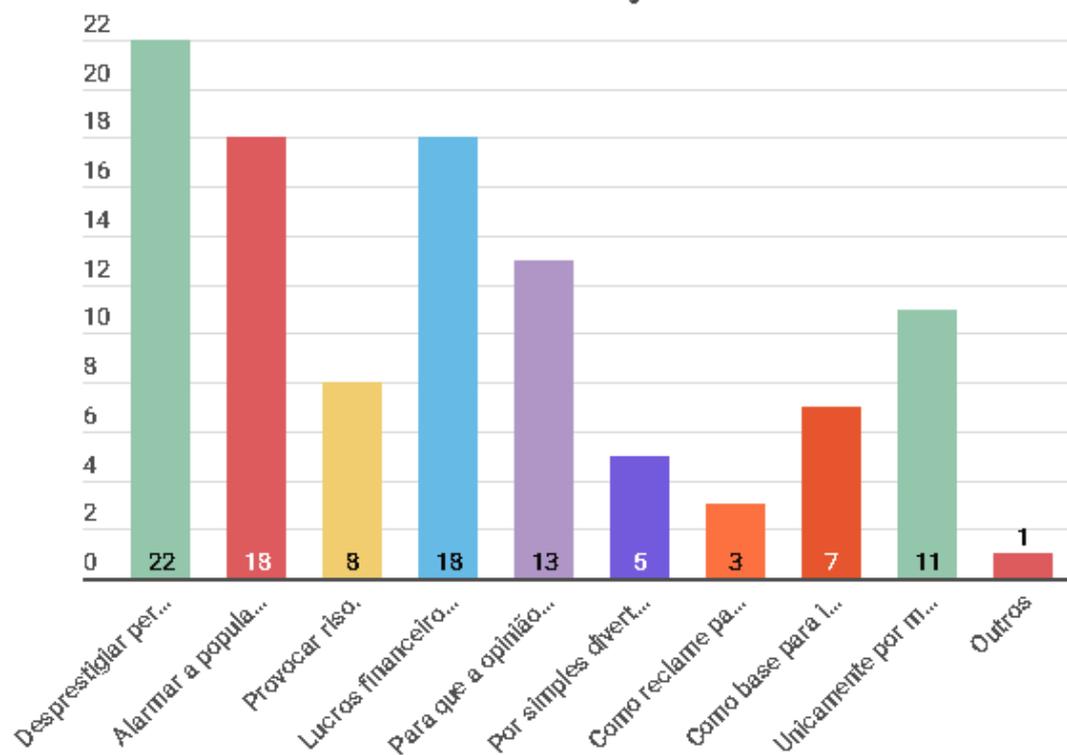
Fonte: O autor

Quais aspectos você leva em consideração para considerar uma notícia real?



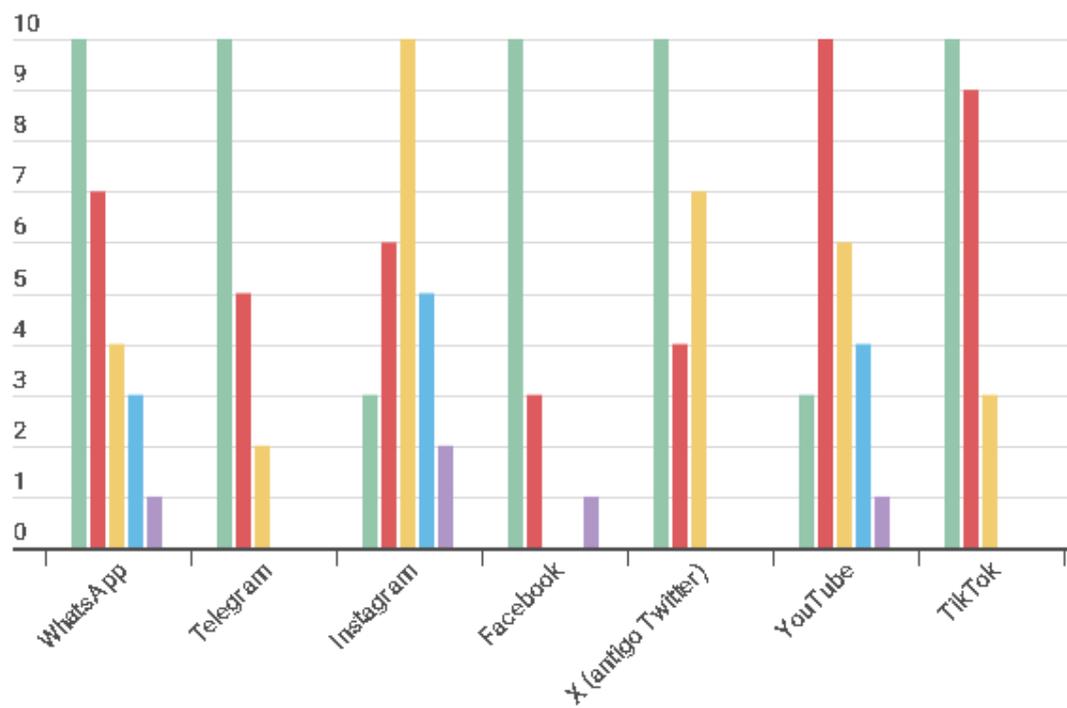
Fonte: O autor

Quais motivos você acredita que estimulam alguém a fabricar e difundir falsas informações na sociedade?



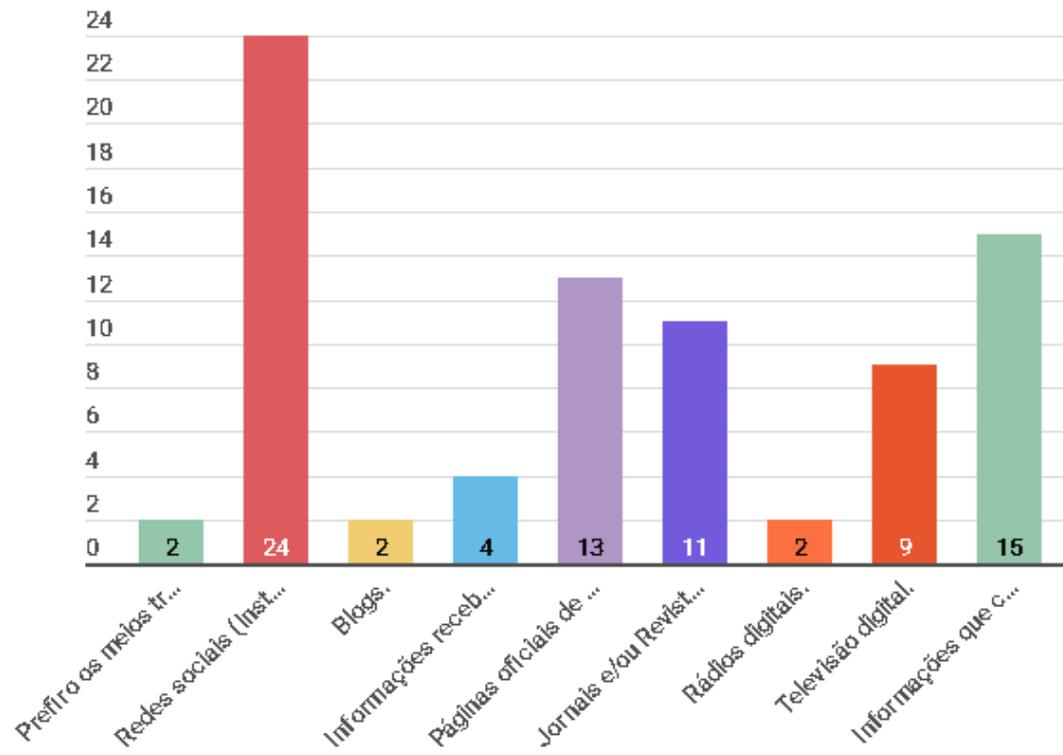
Fonte: O autor

Quais redes sociais consulta informações? Com qual frequência?



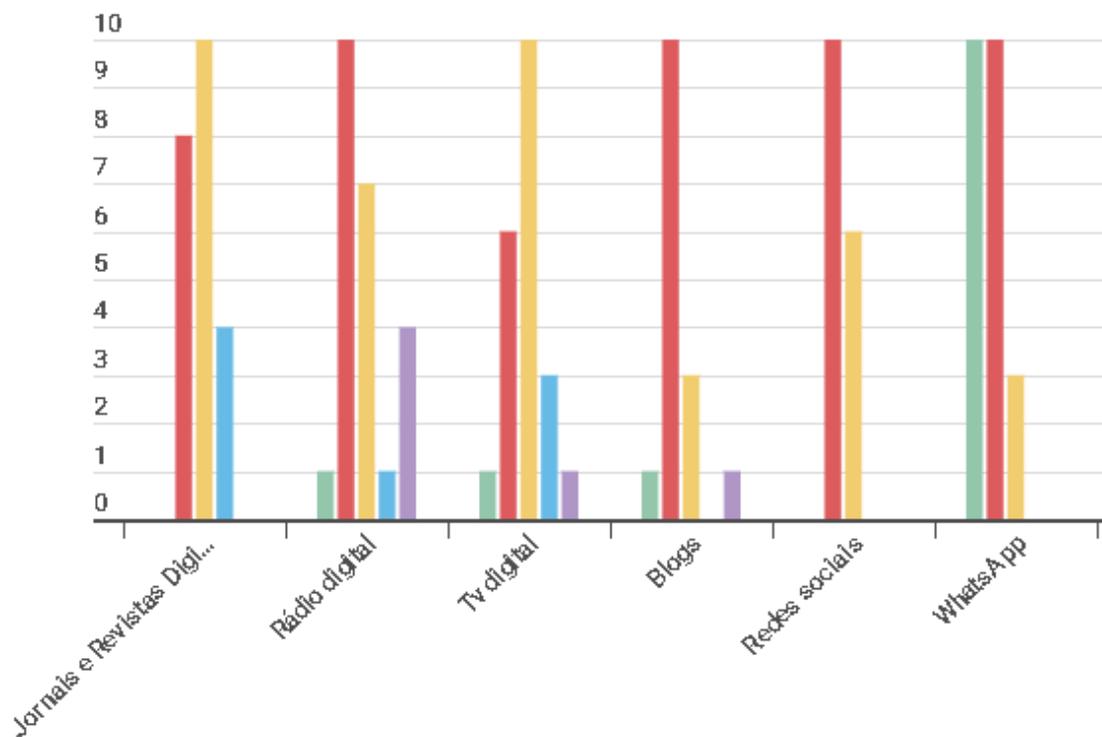
Fonte: O autor

Quais tecnologias você utiliza para manter-se informado?



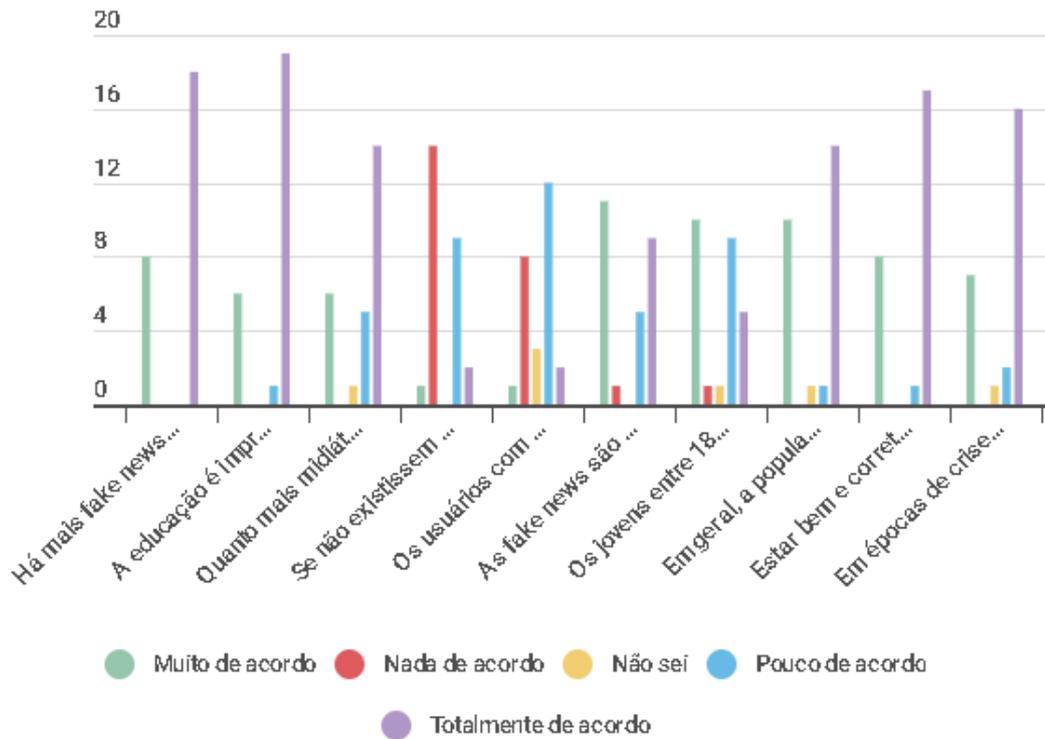
Fonte: O autor

Sinalize o grau de confiança que credita nas notícias publicadas nos seguintes meios



Fonte: O autor

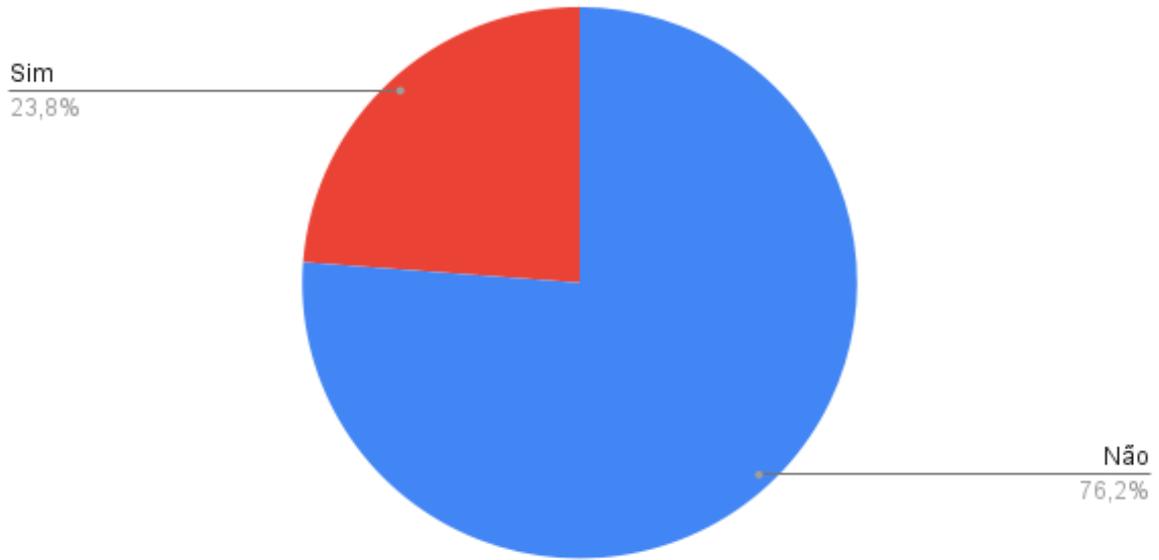
Sinalize, conforme o seu conhecimento, o grau de acordo ou desacordo com as seguintes afirmações:



Fonte: O autor

APÊNDICE D - GRÁFICOS DOS DADOS PARA CURSO DE ENGENHARIA DE DE PRODUÇÃO

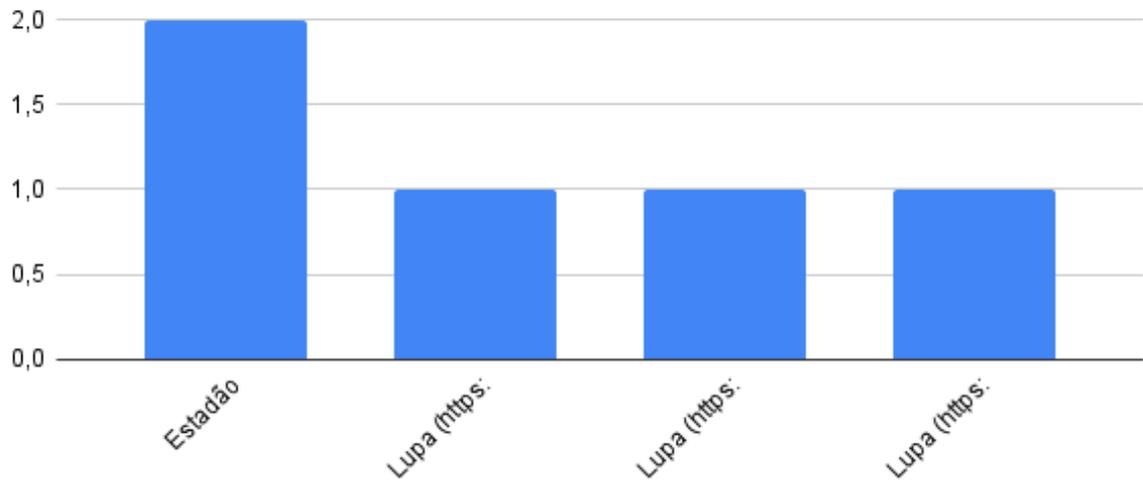
Contagem de Conhece ou já ouviu falar sobre as agências de checagem de notícias?



Fonte: O autor

...

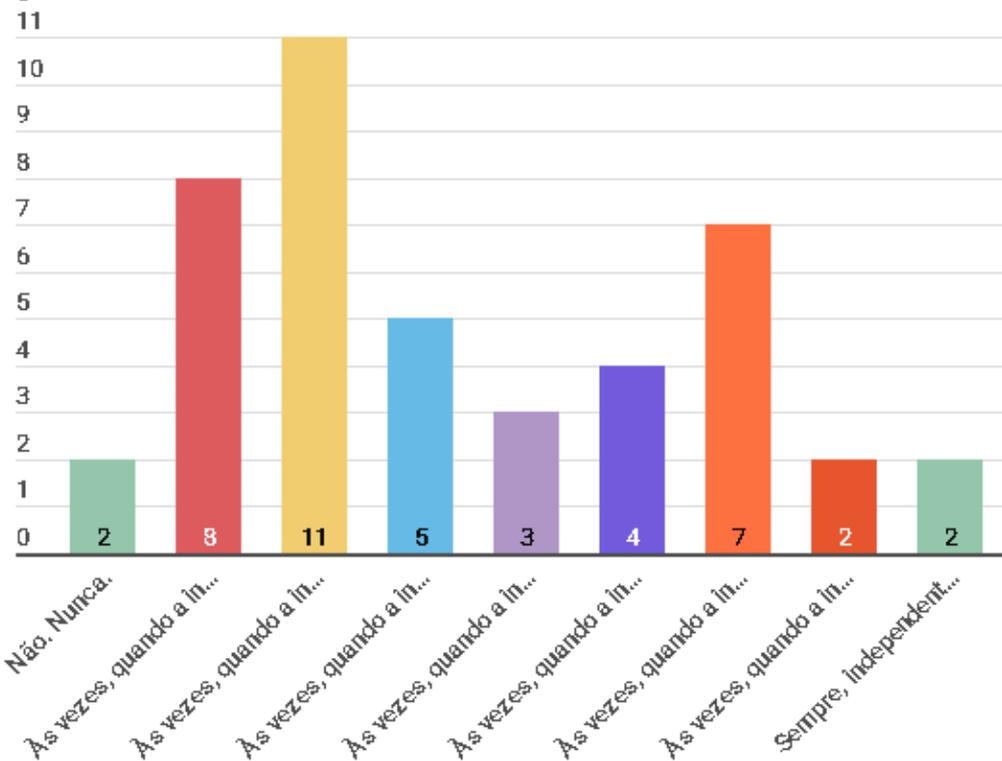
Contagem de Quais das agências de checagem de notícias seguintes você conhece?



Contagem de Quais das agências de checagem de notícias seguintes você conhece?

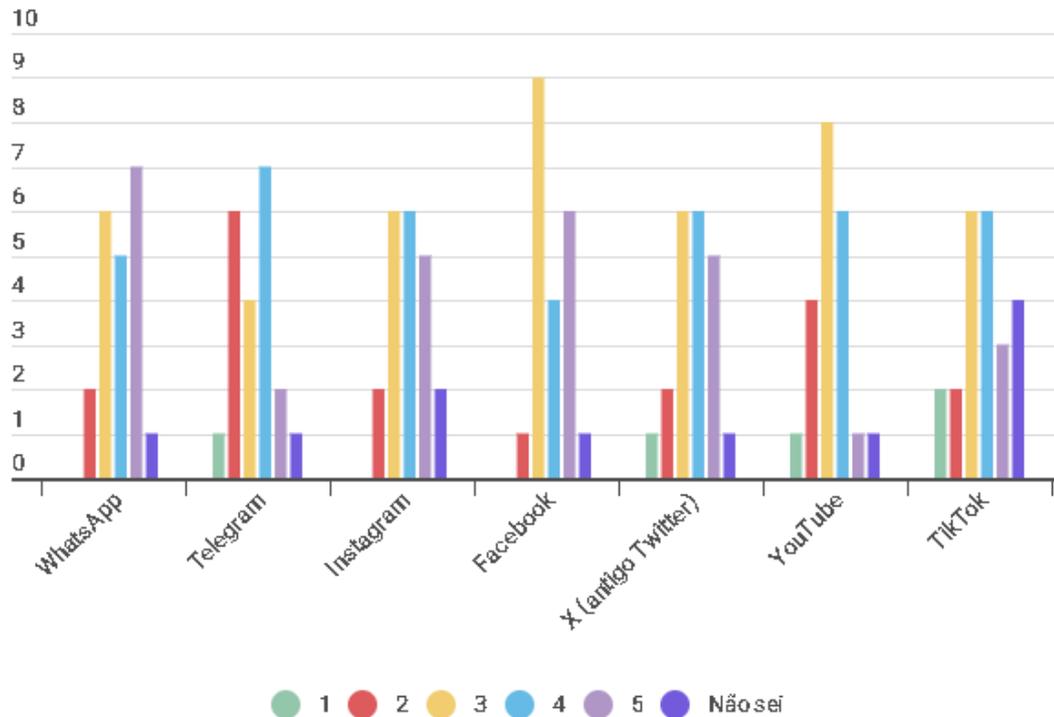
Fonte: O autor

Costuma verificar a veracidade das informações que lhe chega por diferentes meios?



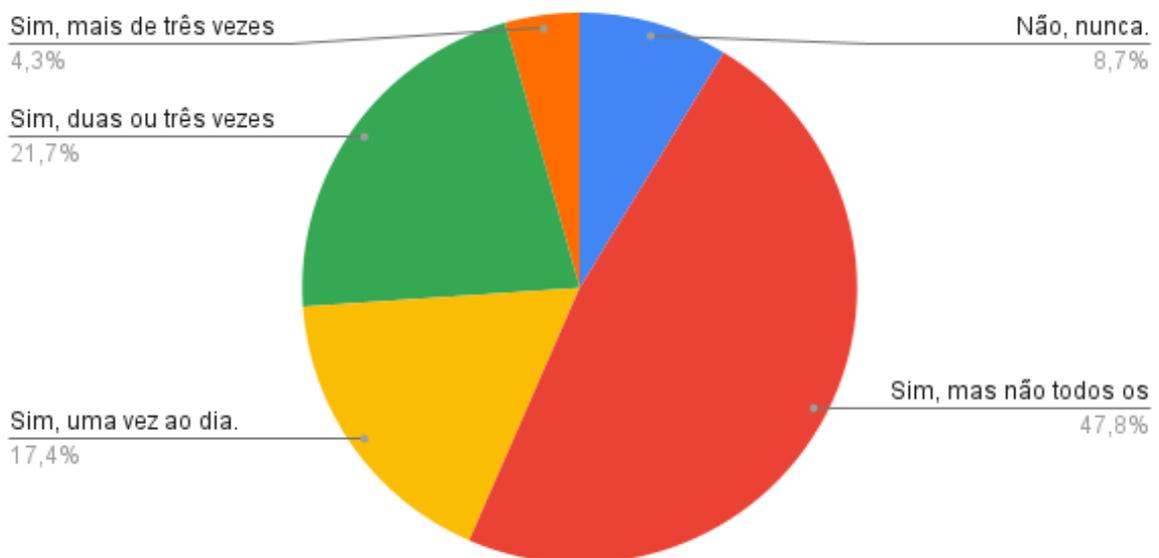
Fonte: O autor

De acordo com suas percepções sobre o assunto, pontue de 1 a 5 as redes sociais quanto à utilização para difundir o maior número de notícias falsas



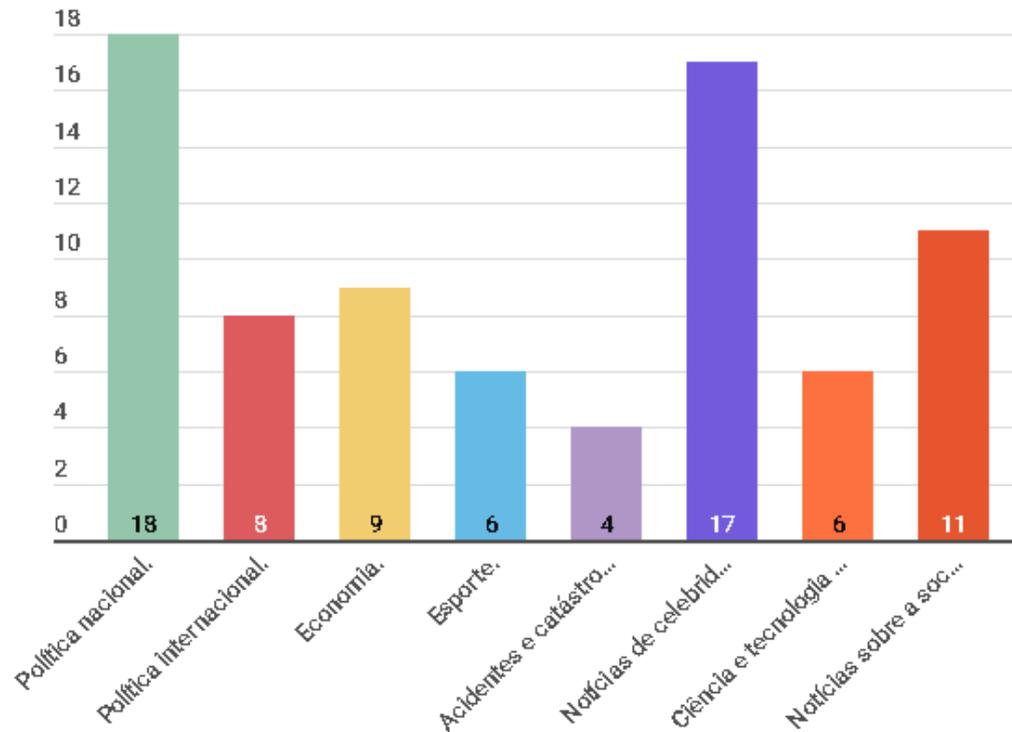
Fonte: O autor

Contagem de Informa-se, cotidianamente, com notícias da atualidade? Com qual frequência?



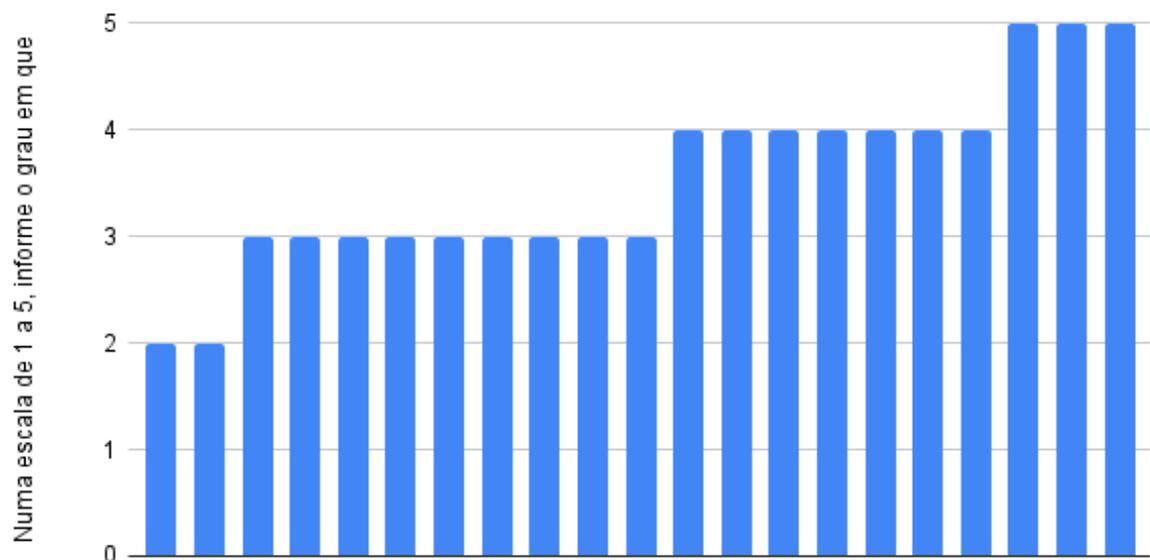
Fonte: O autor

Na sua opinião, quais são os temas que constantemente produzem fake news?



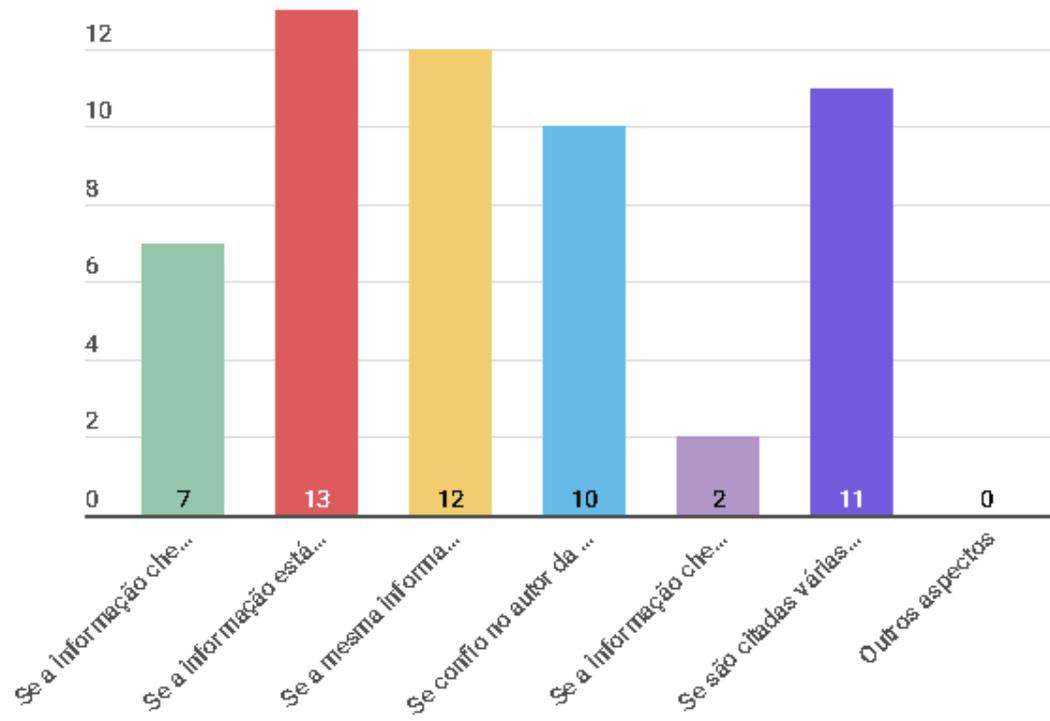
Fonte: O autor

Numa escala de 1 a 5, informe o grau em que você se considera capaz de identificar e distinguir as falsas notícias das que não são, no



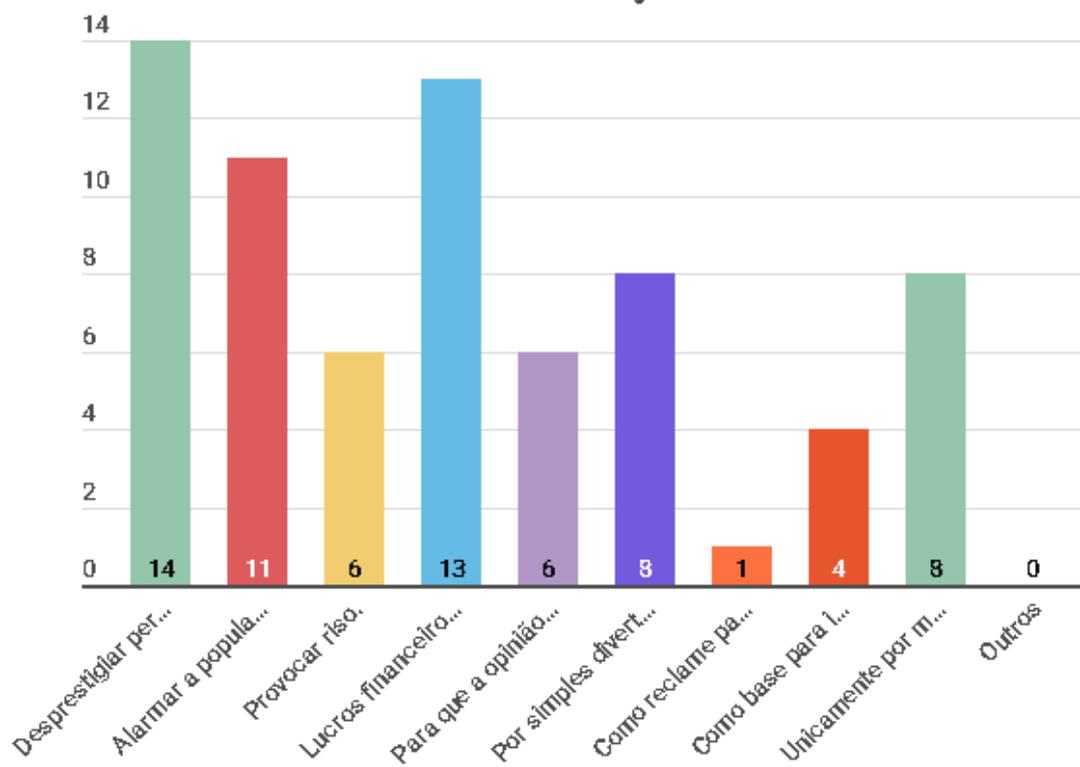
Fonte: O autor

Quais aspectos você leva em consideração para considerar uma notícia real?



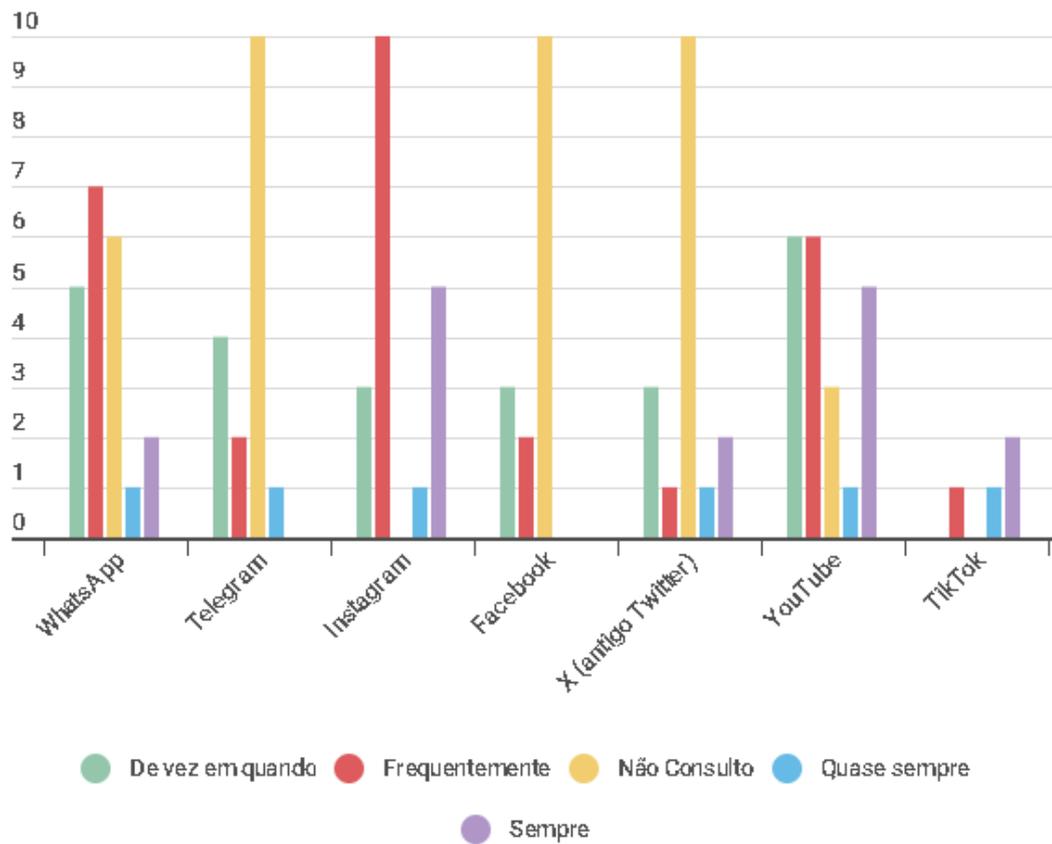
Fonte: O autor

Quais motivos você acredita que estimulam alguém a fabricar e difundir falsas informações na sociedade?



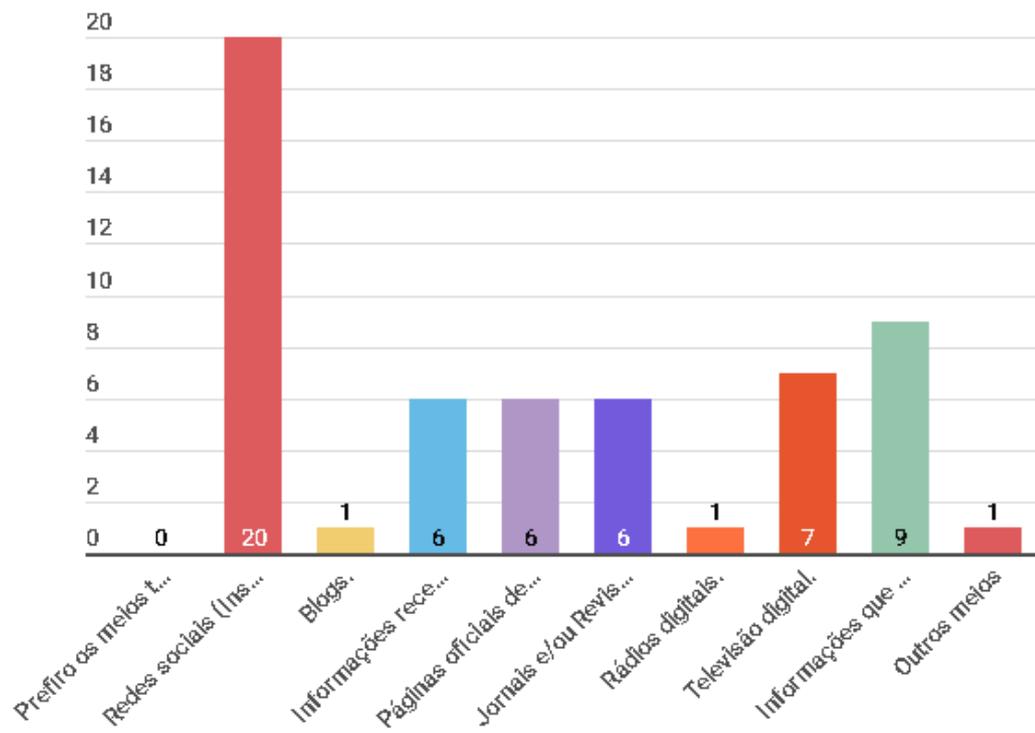
Fonte: O autor

Quais redes sociais consulta informações? Com qual frequência?



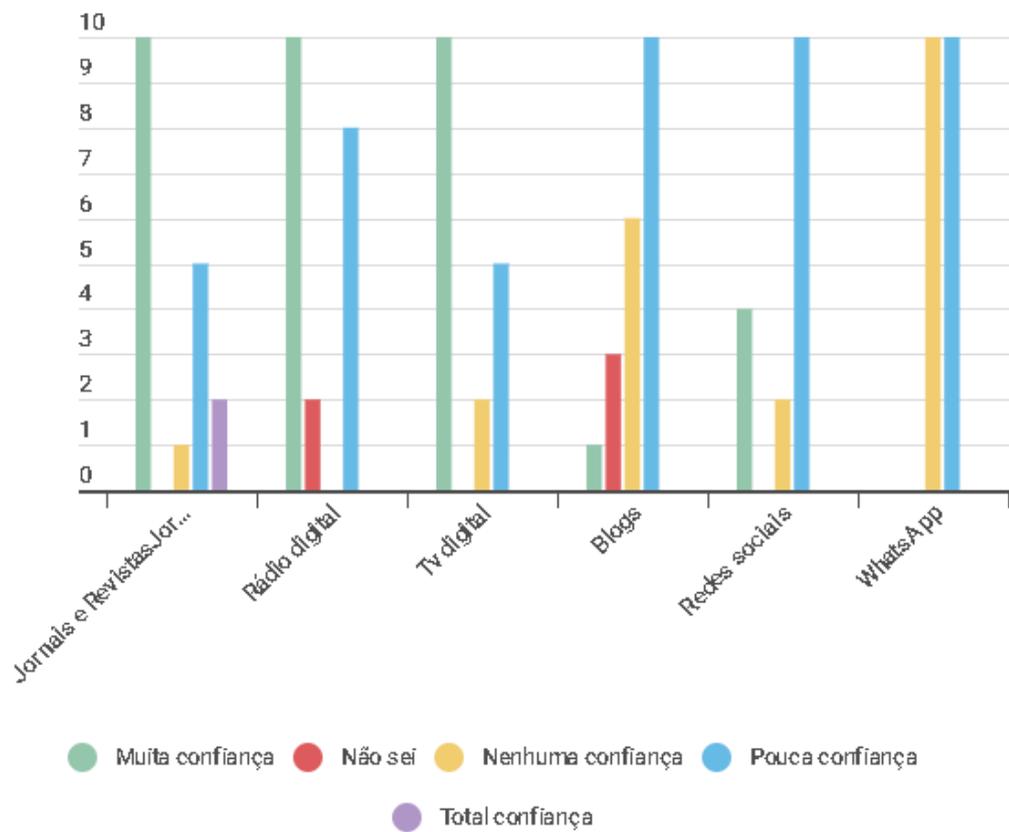
Fonte: O autor

Quais tecnologias você utiliza para manter-se informado?



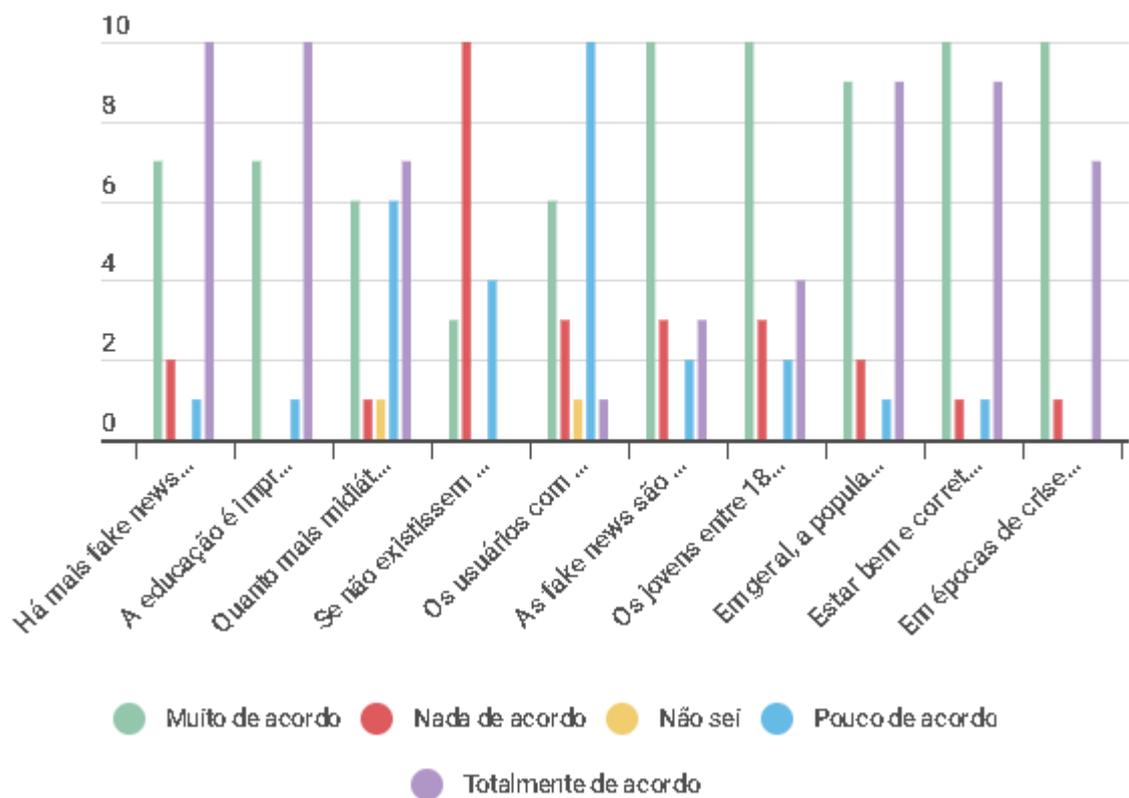
Fonte: O autor

Sinalize o grau de confiança que credita nas notícias publicadas nos seguintes meios:



Fonte: O autor

Sinalize, conforme o seu conhecimento, o grau de acordo ou desacordo com as seguintes afirmações:



Fonte: O autor