



**CENTRO UNIVERSITÁRIO FAMETRO
SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

MATEUS TEIXEIRA DA SILVA

**AS *FAKE NEWS* NO CONTEXTO DAS MÍDIAS TRADICIONAIS E DIGITAIS:
Um estudo bibliométrico da literatura**

FORTALEZA

2021

MATEUS TEIXEIRA DA SILVA

AS FAKE NEWS NO CONTEXTO DAS MÍDIAS TRADICIONAS E DIGITAIS:

Um estudo bibliométrico da literatura

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Sistema de informação do Centro Universitário Fametro – UNIFAMETRO – como requisito para a obtenção do grau de bacharel, sob a orientação da prof.^a Me. Fábio Henrique Fonseca de Sousa.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Fábio Henrique Fonseca de Sousa
Centro Universitário Fametro (UNIFAMETRO)

Prof. Izequiel Pereira de Norões
Centro Universitário Fametro (UNIFAMETRO)

Prof. Abivio Soares Pimenta
Centro Universitário Fametro (UNIFAMETRO)

FORTALEZA

2021

RESUMO

Ao longo do tempo, os veículos tradicionais de informação passaram por mudanças e avanços tecnológicos que trouxeram mudanças significativas na forma como a notícia é colocada para o público. Dentre essas novas ferramentas, destacam-se as mídias sociais, que tem sido amplamente utilizadas no processo de comunicação. Entretanto, frequentemente são espalhadas notícias falsas (*Fake news*), assim como também se verifica com frequência a ocorrência de uma forte adesão a esse tipo de inverdades, trazendo repercussões na política, economia, saúde e social. Afim de se verificar estes impactos, conduziu-se o presente estudo bibliométrico, reunindo artigos (n=60) de diversos autores nacionais e internacionais, com o objetivo de apresentar os vários contextos em que as *Fake news* estão inseridas. Para efeito de análise, elegeram-se as seguintes variáveis: ano de publicação; sexo dos autores (masculino, feminino ou ambos); país de publicação; região brasileira da publicação (em caso de trabalhos nacionais); temáticas gerais das revistas, jornais ou periódicos; assuntos presentes nos temas mais predominantes dentre os artigos escolhidos e veículos de publicação. Diante disso, verificou-se que desinformação influencia os sistemas políticos, especialmente processos eleitorais, e reverbera principalmente no bem-estar da população, no quesito da Saúde Pública.

Palavras-chave: *Fake news*. Jornalismo. Redes sociais.

ABSTRACT

Over time, traditional information vehicles have undergone changes and technological advances that have brought relevant changes in the way news is placed to the public. Among these new tools, social media stands out, which has been used in the communication process. However, false news is often spread, as well as the occurrence of a strong adherence to this type of untruths, bringing repercussions in politics, economy, health and social. In order to verify these impacts, this bibliometric study was conducted, gathering articles (n = 60) from several national and international authors, with the aim of presenting the various contexts in which false news are inserted. For the purpose of analysis, the following variables were chosen: year of publication; authors' sex (male, female or both); country of publication; Brazilian region of publication (in case of national works); general themes of magazines, newspapers or periodicals; subjects present in the most prevalent themes the chosen articles and publishing vehicles. Given this, it was found that misinformation influences political systems, especially electoral processes, and reverberates mainly in the well-being of the population, in terms of Public Health.

Keywords: *Fake news*. Journalism. Social networks.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	7
2.1 Fake News	7
2.2 Redes sociais	8
2.3 Gestão da informação	9
2.3 Lei geral de proteção de dados (LGPD) e a segurança da informação.....	10
2.4 Soluções tecnológicas no combate à desinformação	11
3 METODOLOGIA	13
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	14
4.1 Produtividade segundo ano de publicação	14
4.2 Produtividade segundo o sexo dos autores	15
4.3 Produtividade segundo a região brasileira.....	17
4.4 Produtividade por país de publicação.....	18
4.5 Produtividade segundo a área de conhecimento.....	19
4.6 Produtividade segundo a temática geral.....	21
4.7 Produtividade segundo o assunto nas temáticas mais prevalentes	23
4.8 Produtividade segundo os veículos de publicação	25
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS.....	29

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo, seja ele impresso, virtual, televisivo ou via rádio, cumpre um papel de destaque na percepção das pessoas sobre a realidade. Aquilo que a população não consegue acessar diretamente em suas vivências cotidianas, ela passa a ter acesso por meio das mídias comunicativas. Daí vem a grande importância das ideias formuladas pelos veículos de informação, que perpassam todos os aspectos da vida moderna.

Na base daquilo que constitui o relacionamento entre o jornalismo e o público, está a confiança de que o que o formulador da informação fala é verdade, seja ele jornalista ou comunicador. Mas dada a complexidade do mundo, das relações sociais, a diversidade cultural, as tensões políticas, os interesses e necessidades econômicas, a adequação do material jornalístico à verdade não é sempre realizado de maneira correta. Há muita tensão entre o que os jornalistas falam e o que os públicos pensam que seria a melhor maneira de contar os fatos da atualidade. Tal tensionamento existe desde os primórdios do jornalismo, porém, a partir de determinado momento, o jornalismo passou a associar à sua boa prática adjetivos como imparcial, independente e equilibrado. Estes adjetivos transmitem a ideia de que o jornalista é um cidadão neutro, desinteressado, que simplesmente reproduz a realidade. Por isso, os jornais desenvolveram práticas para basear melhor suas informações e creditá-las melhor perante ao público, tais como, por exemplo, o uso de dados, documentos, testemunhos e vídeos.

No início dos anos 1990, tecnologias importantes chegaram no mercado e o impacto delas gerou várias mudanças no consumo de mídia e de jornalismo. Mas, se em outros tempos, as tecnologias notórias vinham, traziam alterações e depois o sistema midiático reencontrava um equilíbrio, agora, as novidades são constantes, ocasionando uma fluidez permanente. Essa fluidez trouxe ao jornalismo um conjunto de novos desafios, como a facilidade da *internet* de manter *sites* e divulgar conteúdos nos mesmos. Não só em *sites*, mas a *internet*, no geral, proporcionou a criação de um grande número de veículos independentes de mídia. Isso dá voz aos grupos excluídos, defendem pautas sociais e servem de “fiscalização” dos meios jornalísticos tradicionais.

Entretanto, as facilidades da internet também colaboraram para o surgimento de meios que propagam informações falsas. Ajudadas pelos algoritmos e pela política de anúncios de sites como Google e Facebook, as notícias falsas se espalharam pela

rede nos últimos anos. O crescimento da circulação destes conteúdos, levou a associação deste fenômeno ao conceito de “pós-verdade”. Casos de muitas notícias falsas (*Fake news*) que circularam na internet chamaram a atenção, primeiramente, durante a campanha do presidencial dos Estados Unidos em 2016. Isso levou a uma preocupação sobre o risco que estes conteúdos poderiam causar para as disputas democráticas (ALVES, 2017).

Nesse sentido, a percepção do que é ou não verídico pode ser manipulada, recorrendo, por exemplo, às emoções e crenças pessoais, “cegando” a percepção dos fatos e conduzindo ao mundo da pós-verdade. Entretanto, é importante ponderar que a pós-verdade não diz respeito à superação de um momento em que houve somente a verdade pura e objetiva, muito pelo contrário: esse momento nunca chegou. A presença de notícias falsas na sociedade não é novidade e sempre estiveram recorrentes; a questão central é o impulso cada vez mais veloz que elas têm ganhado (GENESINI, 2018).

A velocidade está sendo a grande impulsionadora das *fake news*, as quais se disseminam por meio de diversas mídias sociais como WhatsApp, Facebook, Twitter, entre outras redes sociais. A notícia ganha impulso, propaga-se rapidamente e, dessa forma, consolida opiniões e supostos conhecimentos sobre os mais variados temas. Na área da saúde, por exemplo, preocupado com a repercussão das notícias fictícias, o Ministério da Saúde, no ano de 2018, criou um canal chamado "saúde sem *fake news*", no qual é disponibilizado um número telefônico para que as pessoas, antes de compartilhar, possam enviar as supostas notícias verdadeiras e verificá-las (BRASIL, 2018).

Diante do exposto, o objetivo deste trabalho é apresentar os vários contextos em que as *Fake news* estão inseridas, nos meios tradicionais e virtuais de comunicação, e como elas podem afetar os âmbitos sociais, políticos, educacionais, econômicos e de Saúde. Para isso, executou-se uma ampla pesquisa na literatura, através de um estudo bibliométrico, mostrando aspectos como: ano de publicação; sexos dos autores; a localidade de origem dos estudos; área temática e assuntos mais prevalentes; e revistas ou periódicos onde foram publicados. Visa-se, com isso, haver melhor conhecimento sobre o que a literatura está publicando na atualidade sobre as notícias ou informações do tipo *fake news*.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Fake News

O conceito de *fake news* tem atraído diversos campos de pesquisa que se mobilizam em busca de uma delimitação desse fenômeno. No ano de 2016, o *Oxford Dictionary* elegeu “pós-verdade” como a palavra daquele ano. Naquele contexto, haviam ocorrido dois eventos importantes: a saída do Reino Unido da União Europeia e a vitória de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos. Além de compartilhar o mesmo ano, os dois eventos tiveram em comum um alto índice de disseminação de notícias falsas ou, em inglês, *Fake news*, principalmente por meio das mídias sociais. Por esse motivo, a palavra *pós-verdade* destacou-se naquele ano, definida como:

“o que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais” (OXFORD, 2016)

A ideia básica que permeia os termos *fake news* e “pós-verdade” é a da existência de uma era de rápida velocidade de produção e circulação da informação. As formas tradicionais de organização, seleção, classificação e exclusão dos discursos são colocadas em xeque em um ambiente em que parece não haver mais qualquer autoridade estabelecida, ou seja, qualquer um pode dizer qualquer coisa sobre qualquer assunto da maneira que bem entender. A informação pode vir de fontes diversas e sem nenhum critério, com potencial de se espalhar, de manipular as emoções e de influenciar a população, até definindo os rumos das democracias (ALVES *et al.*, 2010)

Um exemplo prático de manipulação da opinião pública consiste nas eleições do ano de 2018, em que um levantamento realizado pelo site Congresso em Foco apresentou que das 123 checagem de fatos publicados sobre os candidatos no período eleitoral, 104 eram direcionadas a Fernando Haddad, favorecendo o candidato Jair Bolsonaro (MACEDO, 2018). Fica claro, portanto, que o fenômeno contemporâneo das *Fake news* envolve algo muito mais complexo do que a somente a falsidade da notícia, presente também em formas simples e ingênuas de erros ou equívocos involuntários. E também não envolvem necessariamente uma ação consciente de deturpação da realidade ou enganação. Trata-se de um fenômeno

engajado em uma guerra muito maior, na qual uma informação corrobora determinada narrativa ou enfraquece a narrativa inimiga, com a intenção de manipular (ALVES, MACIEL, 2020).

Apesar do termo “*fake news*” ter se popularizado, alguns autores, como Wardle e Derakhshan (2017), o classificam como inadequado para descrever esse fenômeno de informações falsas. Eles ainda propõem 03 (três) definições, classificadas a partir do nível de falsidade e dano do conteúdo: 1) *misinformation* (informação incorreta, em tradução livre), que define o compartilhamento de informação falsa, mas sem a intenção explícita de causar dano; *disinformation* (desinformação, em tradução livre), quando a informação é compartilhada com a intenção de causar dano; e *malinformation* (mal-informação, em tradução livre), que constitui informação verdadeira, compartilhada com o objetivo de causar dano, como no caso de vazamentos de conteúdo privado ou íntimo.

2.2 Redes sociais

O crescimento exponencial das novas tecnologias e do acesso a elas criou uma verdadeira revolução na maneira como a sociedade se informa e se comunica, permitindo o envio de mensagens instantâneas e serviços de voz e vídeo em nível global. Diferentemente dos tradicionais veículos de comunicação em massa, como os jornais impressos, o rádio e a televisão, que funcionavam de maneira centralizada, a chamada “era da informação” é marcada por um modelo “todos para todos”, no qual qualquer pessoa pode produzir e compartilhar conteúdo com qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo. Isso gera o fenômeno da “sobrecarga de informação”, pois os dados não são filtrados pelos procedimentos tradicionais. Nesse contexto, vivemos sob a pressão de estarmos sempre conectados e atualizados, em uma ansiedade coletiva generalizada (SANTOS, 2019).

A circulação de informações falsas, manipuladas ou enganosas em ambientes digitais é uma preocupação crescente no Brasil e em diversos países do mundo, já que o uso de mídias sociais é frequentemente associado a diversas formas de participação e engajamentos político, social e econômico. No entanto, o uso de mídias sociais para fins de acesso à informação pode ser problemático: o seu consumo também fornece oportunidades para que indivíduos e grupos recebam e compartilhem informações errôneas. Quando são expostas às informações falsas e as admitem como verdadeiras, as pessoas incorrem em uma percepção equivocada sobre o

assunto, o que se pode se espalhar, contribuindo para a formação de uma opinião pública com base em informações falsas (BOULIANNE, 2015).

Em um estudo de Baptista *et al.* (2019), que avaliou questões de hábitos de uso, exposição e compartilhamento de notícias falsas, os autores encontraram uma certa centralidade das plataformas Facebook e WhatsApp no Brasil, sobretudo quando considerado o uso diário geral e o uso específico para notícias. Entretanto, nesse estudo, o WhatsApp pareceu ser considerado mais “seguro” em relação ao Facebook. Uma explicação possível para este resultado está na confiança em amigos ou familiares, de quem o usuário recebe informações no aplicativo de mensagens WhatsApp, o que pode afetar a percepção de credibilidade das notícias — sobretudo considerando a ausência de contexto em links, imagens ou vídeos compartilhados.

As fake News, replicadas também por usuários, ainda também são veiculadas por ferramentas chamadas “bots” (robôs), contas automatizadas que por uso de algoritmos relacionados aos padrões de uso dos usuários, podem influenciar o comportamento nas redes (MANSO *et al.*, 2019).

2.3 Gestão da informação

Tradicionalmente, as empresas ou organizações gerem com acurácia os recursos de tecnologia da informação para que funcionem de maneira eficaz aos seus consumidores. Porém, conforme afirma Sordi *et al.* (2008), há uma certa deficiência na gerência da qualidade da informação em si. Os aspectos relacionados à qualidade da informação são pouco praticados e, conseqüentemente, há pouca experiência e discernimento a respeito. Assim, as ações relacionadas à qualidade da informação devem incluir a capacitação e a transferência de conhecimento com relação ao que deve ser considerado em termos de gestão de qualidade da informação e sua importância para a comunidade leitora.

Existe atualmente no mundo um movimento de reforma que busca resgatar princípios que fundaram o jornalismo moderno, como a verdade e a objetividade. Este “movimento” é definido como “fact-checking” e remonta a eleição presidencial norte-americana de Ronald Reagan em 1980, que carregou a reputação de cometer erros e exageros frequentes em suas afirmações, fazendo com que alguns veículos checassem suas declarações em conferências de imprensa e pronunciamentos na TV (GRAVES, 2016). De lá pra cá, o termo “fact-check” foi adotado pela primeira vez em 1991 por Brooks Jackson, jornalista político da CNN, que em 2003 lançou seu próprio

domínio virtual, o “FactCheck.org”. Isso estimulou que todas os jornais e emissoras de TV dos Estados Unidos iniciassem a verificação de informações no país (SANTOS, MAURER, 2020).

O Brasil foi um dos países que acompanhou o movimento das agências de *fact-checking* e em 2015 surgiram três grandes projetos: “Aos Fatos”, “Agência Lupa” e “Truco No Congresso”. Estas três iniciativas são filiadas ao *Internacional Fact-Checking Network* (IFCN), instituição que organiza os projetos de checagem para atuarem de forma apartidária e transparente, como uma prestação de contas para a população. A agência Lupa, por exemplo, publica suas checagens em formato de texto, áudio e vídeo, vendendo-as a veículos tradicionais de imprensa e também divulga no site da própria empresa. Além dessas organizações, com a chegada das eleições no ano de 2018 no Brasil, duas ações, ligadas a grandes grupos tradicionais da mídia, ganharam destaque: o projeto “Fato ou Fake”, que reúne empresas de jornalismo ligadas às Organizações Globo; e o projeto “Comprova”, que reuniu 24 veículos de comunicação, sendo a sua maioria tradicionais na imprensa brasileira (LUPA, 2015; JESUS *et al.*, 2019).

As redes sociais também tem investido sozinhas no combate às fake News. Desde 2019, o Instagram, que hoje representa uma maiores redes sociais de compartilhamento de fotos e vídeos online, começou a trabalhar com parceiros norte-americanos que checam informações para ver se elas são verdadeiras, e assim identificam, revisam e rotulam as informações que são falsas. Esses parceiros são independentes e visam reduzir a disseminação falsas informações. Quando o conteúdo é classificado como falso (ou parcialmente falso) por um parceiro de checagem de fatos, a rede social reduz sua distribuição e o remove das páginas “Pesquisar” e “Hashtags”. Além disso, o conteúdo também é marcado para que as pessoas saibam que não devem confiar naquela informação em questão. Quando esses marcadores são aplicados, eles aparecem para todos os usuários que visualizam esse conteúdo, não apenas no *feed* de notícias em si, como também no perfil, nos *stories* e até no *direct* de mensagens (CANALTECH, 2019).

2.3 Lei geral de proteção de dados (LGPD) e a segurança da informação

A migração do centro das discussões políticas para a Internet leva à reflexões sobre as consequências da mediação de empresas nas relações políticas, num ambiente que segue moldes de negócios de publicidade. Muitas redes sociais, como

o Facebook, Instagram e Twitter, coletam e analisam os dados pessoais dos seus usuários e constroem modelos de predição para identificar tendências de comportamento, atraindo um marketing direcionado. Isso se deve à rede algorítmica de distribuição de informações nas redes sociais, que se baseia nos dados pessoais disponíveis às plataformas (GOMES et al., 2020). Esse fato é alvo de discussões por defensores dos princípios da segurança da informação, definida por Dhillon (2004) como um termo que abrange confidencialidade, integridade, responsabilidade, honestidade, confiança e ética.

Nesse contexto, podemos citar dois momentos em que os dados pessoais de cidadãos foram empregados na construção de redes de desinformação e manipulação do debate público: a empresa *Cambridge Analytica*, nas eleições presidenciais estadunidenses de 2016, e a empresa *Yacows*, na campanha presidencial de 2018, no Brasil. Assim, a partir de 2018, entrou em vigor a Lei nº 13.709/18 (Lei de Proteção de Dados – LGPD) que regulamenta a política de proteção de dados pessoais e privacidade, transformando drasticamente a maneira como empresas e órgãos públicos tratam a privacidade e a segurança das informações de usuários e clientes (BRASIL, 2018).

A LGPD se relaciona diretamente com as *Fake news* e o conceito de segurança da informação à medida que oferece uma excelente proposta de controle dos usuários em torno de seus dados pessoais, permitindo que os titulares optem por compartilhar ou não tais informações privadas. Ao limitar o acesso a esses dados, também impede a promoção de notícias falsas personalizadas, que são entregues aos usuários de internet de acordo com os hábitos, preferências, interesses e orientações ideológicas. Isso torna a desinformação uma arma sem um alvo (GUNTHER, 2020; IAPD, 2021).

2.4 Soluções tecnológicas no combate à desinformação

Uma das ferramentas tecnológicas que contribuem para a redução da propagação de fake news é o uso de “deep learning”, ou aprendizagem profunda, que utiliza-se da Inteligência Artificial. O “deep learning” é uma sub-área da “machine learning”, que se constitui em algoritmos capazes de realizar previsões dos padrões em conjunto de dados pré-estabelecidos, podendo ser classificados em dois tipos: supervisionado ou não supervisionado. Essa abordagem identifica padrões de texto, analisa através da técnica “text

summarization” e a classifica como: verdadeiro positivo (análise e texto são *fake news*), verdadeiro negativo (análise é *fake news* e texto não), falso positivo (análise não é *fake news* e o texto é) e falso negativo (análise e texto não são *fake news*). MURPHY, 2012; MARUMO, BARBON, 2018). Para exemplificar a contribuição da Inteligência Artificial no combate à desinformação, durante a pandemia de COVID-19, foi criado um chat bot chamado Corona AI – em que os usuários podem enviar perguntas escritas ou por áudio à plataforma, que acessa bancos de dados oficiais e fornecem respostas confiáveis (UEL, 2020).

A plataforma do Facebook também vem adotando o sistema de *crowdsourcing*, ou colaboração coletiva, que define as prioridades dos *feeds* de notícias nos perfis de usuários, classificando o que irá aparecer ao usuário por uma maior familiaridade com os conteúdos mais acessados, com o propósito de reduzir a difusão de *fake news* através de robôs. Entretanto, essa ferramenta ainda é alvo de críticas, visto que alguns pesquisadores afirmam que as redes sociais tendem a criar “bolhas” e “condomínios de convicções”, forçando as pessoas a relacionar-se somente com outras que pensam como elas (SASTRE, 2018; CAULYT, 2018).

3 METODOLOGIA

A análise bibliométrica é uma metodologia de contagem sobre conteúdos bibliográficos, que possibilita o auxílio no processo de tomada de decisões, pois permite explorar, organizar e analisar grandes massas de dados que, caso não sejam avaliadas com algum método mais estruturado, não gerariam resultados tão valiosos para a tomada de decisões (Daim et al., 2008). A bibliometria também pode ser utilizada para auxiliar outros métodos de prospecção, como o de cenários, que tem como objetivo estudar os possíveis contextos futuros. (WRIGHT & SPERS, 2006).

Assim, decidiu-se realizar o presente estudo bibliométrico da literatura, baseado em artigos disponíveis nas bases de dados Google Acadêmico (*Google Scholar*) e Science Direct (*Elsevier*), visando alcançar um número representativo de produções científicas. As buscas foram realizadas nos meses de março e abril de 2021, utilizando-se o termo “*fake news*” como palavra-chave principal no filtro de busca das bases supracitadas. Como “*strings*” de busca, para refinar e filtrar secundariamente os achados, foram realizadas as seguintes combinações entre si com o termo “*fake news*”: “educação”; “saúde”; “política”; “saúde”; “jornalismo”; e “economia”. Como critérios de inclusão, apenas artigos científicos que abordassem a temática das *fake news* foram selecionados para fins de análise, visto que esta modalidade de comunicação científica costuma apresentar os resultados de pesquisa mais recentes. Como critérios de exclusão, produções como monografias, dissertações, teses, trabalhos acadêmicos ou livros não foram considerados neste estudo.

Os artigos escolhidos foram publicados por autores nacionais e internacionais relevantes, em revistas, jornais ou periódicos, no período de tempo compreendido entre 2017 a 2021. Previamente à escolha dos trabalhos, títulos e resumos foram lidos afim de se constatar e validar se o conteúdo estaria dentro da temática escolhida. Após esse filtro, chegou-se a um número total de 60 publicações correspondentes à amostra deste estudo.

Para efeito de análise, elegeram-se as seguintes variáveis: ano de publicação; sexo dos autores (masculino, feminino ou ambos); país de publicação; região brasileira da publicação (em caso de trabalhos nacionais); temáticas gerais das revistas, jornais ou periódicos; assuntos presentes nos temas mais predominantes dentre os artigos escolhidos; e, por fim, os veículos de publicação.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Produtividade segundo ano de publicação

Os artigos identificados (60) distribuíram-se ao longo do período entre 2017 a 2021. Em 2017, verifica-se uma produção incipiente sobre o tema (n=5), que cresceu de forma contínua. No ano seguinte, em 2018, o número foi maior que o período anterior (n=10), seguido por 2019 (n=14). O ano de 2020 se sobressai pelo maior número de publicações (n=22) e, por fim, o presente ano, 2021 (com n=9) (Tabela 1).

Refletindo a respeito do início das produções científicas terem se dado em 2017, foi a partir deste ano que, no Brasil, o uso da expressão “*fake news*” ganhou dimensão pelas instituições dos poderes legislativo, judiciário e executivo. Foi neste ano que a imprensa nacional destacou em suas reportagens a emenda 6/2017, do Projeto de Lei 8.612/2017, conhecido como Reforma Política 2017, que descrevia a dinâmica do processo eleitoral do ano seguinte. O texto desta emenda previa a suspensão de publicações nas plataformas *online*, em no máximo 24h, de notícias consideradas “discurso de ódio, disseminação de informações falsas ou ofensas em desfavor de partido ou candidato publicadas na internet” (BRASIL, 2017). A emenda foi vetada pelo então presidente Michel Temer, no dia 6 de outubro, mas o evento em si contribuiu para a instalação da pauta *Fake news* nas instituições governamentais. Outro evento neste mesmo ano, nos Estados Unidos, contribuiu para aumentar a força deste termo. Donald Trump, presidente norte-americano, solicitou a expulsão do jornalista da CNN Jim Acosta, chamando-o de *Fake news*, após o profissional lhe dirigir uma pergunta sobre imigrantes nos Estados Unidos (VITORINO, RENAULT, 2020).

Em 2018, a corrida presencial brasileira foi marcada pela polarização partidária “direita *versus* esquerda”, em que o número *Fake news* se intensificou exponencialmente facilitadas pelas Tecnologias de Informação e Conhecimento (TIC). A multiplataforma de mensagens instantâneas WhatsApp – que também permite chamadas de voz, além do envio de imagens, vídeos e documentos em PDF –, se destacou por conta de um intenso repasse de falsas mensagens na campanha à eleição presidencial, em favor do candidato Jair Bolsonaro (PSL), atual presidente da república. Dessa forma, é necessário refletir que as bolhas sociais, estruturadas a partir de algoritmos das redes sociais, corroboram para que os usuários acessem conteúdos com posicionamentos semelhantes aos seus, desfavorecendo ou limitando

o debate de ideias. Esse debate na literatura, também observado com um maior número publicações em 2019, ano seguinte às eleições brasileiras, põe em discussão o papel da cidadania crítica e ética, acompanhada pelos discursos de ódio, que ampliam o interesse no compartilhamento de narrativas sensacionalistas. Isso evidencia a falta de uma formação educativa-política efetiva em nossa sociedade civil (GADELHA, KERR, 2019).

Por fim, os anos de 2020 e 2021 foram marcados pela rápida expansão do vírus Sars-Cov-2, gerando uma pandemia (situação em que uma doença infecciosa ameaça simultaneamente muitas pessoas pelo mundo). Durante este período, a *internet* se mostrou uma importante fonte de informação e canal de comunicação para que as atualizações sobre o COVID-19 chegassem ao cidadão leigo. Ao mesmo tempo, uma rápida disseminação de *Fake news* sobre a doença (com progressão desconhecida até então pela comunidade científica), ocorreu de forma a expor à população à propagação de condutas inadequadas. Um estudo de Mercedes Neto *et al.* (2020) revelou quatro tipificações de registros sobre a temática do novo coronavírus: informações relacionadas aos discursos de autoridades na saúde, medidas de prevenção, prognósticos da doença, terapêutica e sobre a vacinação. Pode-se inferir que essas *fake news* interferiram nos comportamentos e na saúde da população, atentando também sobre a credibilidade do SUS em virtude de interesses econômicos e políticos.

Tabela 01: Número de artigos publicados entre 2017 a 2021

ANO DE PUBLICAÇÃO DOS ARTIGOS	Nº DE ARTIGOS PUBLICADOS (n)	PERCENTUAL (%)
2021	9	15%
2020	22	36,6%
2019	14	23,3%
2018	10	16,6%
2017	5	8,3%
TOTAL	60	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

4.2 Produtividade segundo o sexo dos autores

Foi constatado na Tabela 02, que retrata o número de artigos conforme os sexos dos autores, que não há uma diferença tão significativa entre gêneros que mais publicam. No ano de 2017, predominou artigos publicados por autores do sexo

feminino (n=2) e de ambos os sexos (n=2), restando apenas 1 (n=1) publicação masculina. Em 2018, tanto mulheres quanto homens publicaram a mesma quantidade de trabalhos (n=2) e no item “ambos”, houveram seis publicações (n=6). No ano de 2019, ocorreu o mesmo fenômeno anterior, com autores de ambos os sexos pontuando o mesmo quantitativo de publicações, porém em maior número (n=4) e o item “ambos” com (n=6). Em 2020, houveram cinco (n=5) publicações femininas, quatro (n=4) masculinas e treze (n=13) de ambos os sexos. Em 2021, apenas uma autora (n=1) publicou, seguido de dois autores homens (n=2) e o item “ambos” pontuando (n=6).

Apesar dos dados aqui apresentados não serem conclusivos para determinar qual sexo tem publicado mais a respeito do tema *Fake news*, pode-se perceber que as mulheres tem apresentado ligeiro aumento de participação de autorias e co-autorias. Este achado fica mais evidente quando observa-se que: os trabalhos cujos pesquisadores são de ambos os sexos predominam na maioria dos anos analisados. Mesmo no período de 2017, o item “ambos” foi equivalente ao item “feminino”.

No Brasil, as mulheres são maioria na pesquisa e na pós-graduação, celeiro de muitos trabalhos importantes na literatura nacional. Dados da Coordenação de Desenvolvimento de Pessoal de Nível Superior (Capes) revelaram que, em 2015, 55% do total de matriculados e titulados em cursos de mestrado e doutorado eram mulheres (BRASIL, 2017). Este dado corrobora com os resultados apresentados no presente trabalho, cuja presença de pesquisadores do sexo feminino no cabeçalho dos artigos analisados se faz predominante. Entretanto, ainda existem barreiras importantes para a participação feminina na pesquisa e na publicação. Conforme afirma Garcia e Duarte (2017), é de suma importância o papel dos periódicos científicos, e de todos os envolvidos (editores, revisores, financiadores e autores) para a promoção da qualidade e da transparência dos estudos publicados, assim como a promoção da equidade de sexo e gênero para além da pesquisa e da publicação científica, de modo que toda a sociedade seja beneficiada.

Tabela 02: Número de artigos publicados classificados pelo sexo dos autores

SEXO	2021	2020	2019	2018	2017	TOTAL
Feminino	1	5	4	2	2	14
Masculino	2	4	4	2	1	13
Ambos	6	13	6	6	2	33
TOTAL	9	22	14	10	5	60

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

4.3 Produtividade segundo a região brasileira

Na tabela 03 mostrada abaixo, que contém apenas publicações de origem nacional, percebe-se uma prevalência das regiões Sudeste e Sul, respectivamente com 46,6% (n=28) e 11,6% (n=7) em relação à amostra (n=60) total de artigos. Em seguida, em ordem decrescente de publicações, aparecem as regiões Nordeste, com 4,9% (n=3), seguido de Norte, com 3,3% (n=2), e Centro-Oeste, com 1,6% (n=1).

No Brasil, ocorre uma enorme heterogeneidade espacial das atividades de pesquisa científica, onde o padrão regional da distribuição das publicações e dos pesquisadores é altamente concentrado na região Sudeste, corroborando com os achados do presente estudo. (ROYAL SOCIETY, 2011). Entretanto, há evidências de que o crescimento da produção científica brasileira tem sido acompanhado, também, por um processo de desconcentração espacial (SIDONE *et al.*, 2016). Isso significa que pesquisadores das mais diversas cidades tem publicado em veículos que, muitas vezes, não são de seus estados ou regiões de origem, aprofundando ainda mais a discussão.

A Região Nordeste, colocada aqui como exemplo, concentrou o percentual de 4,9% (n=3) de revistas, periódicos ou jornais que publicaram artigos relacionados às *Fake news*. Porém, em todos os 03 (três) estudos classificados nesta região, todos tiveram autoria pertencente a pesquisadores oriundos do Sul e/ou Sudeste, que buscaram veículos localizados distantes as suas instituições de ensino de origem. (SALA *et al.*, 2020; LUCE, ESTABEL, 2018; SOUSA JÚNIOR *et al.*, 2020).

O mesmo achado ocorre com 01 (um) dos artigos classificados na região Norte (n=2), em que no trabalho de Moroni (2017), os autores são vinculados a instituições da Região Sudeste (São Paulo e Rio de Janeiro). Porém, analisam aspectos da *Fake news* nos meios digitais e os discutem, por meio de uma revisão de literatura publicada em uma revista de Belém, no estado do Pará. No estudo Silveira *et al.* (2017), veiculado em uma revista da Região Centro-Oeste (em Goiânia – GO), encontra-se também uma descentralização dos autores, que são vinculados à instituições da Região Sul (Santa Maria – RS).

Dessa forma, os resultados deste trabalho mostram tendência da produção nacional sobre *Fake news* ser concentrada não somente em periódicos do Sul e Sudeste, mas sobretudo de pesquisadores destas Regiões, que ampliam seus achados publicando na literatura norte-nordestina também. Por um lado, esse

fenômeno é vantajoso porque representa uma rede bastante interligada no País, com parcerias e comunicação do ponto de vista acadêmico, mesmo com as distâncias geográficas. Contudo, nos leva à preocupação sobre o porquê da escassez de autores das regiões Norte e Nordeste quanto a essas publicações.

Tabela 03: Número de artigos nacionais publicados de acordo com a região brasileira

REGIÃO BRASILEIRA	QUANTIDADE	PERCENTUAL
Norte	2	3,3%
Nordeste	3	4,9%
Centro-Oeste	1	1,6%
Sudeste	28	46,6%
Sul	7	11,6%
TOTAL	41	68,3%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

4.4 Produtividade por país de publicação

A distribuição dos estudos conforme o país onde as revistas, periódicos ou jornais são veiculados estão organizados sistematicamente na tabela 04. O Brasil está no topo do número de artigos, com 68,3% (n=41), seguido dos Estados Unidos da América, com 23,3% (n=14); Portugal, com 3,3% (n=2); e Espanha, Peru e Holanda concentrando 1,6% cada um (n=1; n=1; n=1).

A popularização da expressão “notícias falsas” na atualidade mediática relaciona-se inicialmente, conforme Katsirea (2018), às revelações feitas pelo *site Buzzfeed* sobre as interferências russas nas eleições americanas de 2016 – isso, em partes, justifica a emergência do fenômeno das “fake news”. E num estudo norte-americano de Michael e Breaux (2021), conduzido com 203 entrevistados, observou-se que a percepção de que uma notícia é falsa difere de acordo com a filiação política. Isso explica porque o solo estadunidense concentra a 2ª posição em publicação sobre *fake news*, considerando que naquele País, há bastante tensionamento entre os defensores dos republicanos *versus* democratas. Embora a popularidade do termo possa diminuir com o tempo, ainda não se sabe quais as reais consequências essa rotulação de informações terá sobre as crenças das pessoas em relação às notícias (MICHAEL, BREAU, 2021).

O Brasil segue a mesma linha norte-americana, em 1º lugar no ranking de artigos sobre *fake news* (n=41). Tanto o atual líder do governo brasileiro, como o ex-presidente

dos EUA, Donald Trump, utilizaram o Twitter para transmitir suas decisões políticas ao povo, incentivando a descredibilidade em relação a outros meios de comunicação tradicionais como jornais, revistas e noticiários de TV, considerados adversários desses governos e divulgadores de *Fake news* (MORONI, 2017). Apesar deste estudo mostrar o Brasil como um possível maior celeiro para trabalhos que abordem conteúdos falsos, o País apropriou-se do termo tardiamente, somente após as eleições norte-americanas de 2016, e que ganhou força com a corrida presidencial que culminou na vitória de Jair Messias Bolsonaro (PSL) em 2017.

Fora do contexto americano, os estudos sobre *Fake news* são incipientes e ainda em andamento. Somente em 2019 que a Comissão Europeia anunciou que cada Estado membro daquele continente deve identificar um representante oficial para fornecer *feedback* sobre as campanhas de desinformação nos países e como foram abordadas. Em Portugal, o Ministério da Educação organizou uma iniciativa de âmbito nacional para realizar uma ação de formação específica nas escolas, ajudando estudantes e professores a lidar com abusos de informação e desinformação (RIBEIRO, FONSECA, 2020).

Tabela 04: Número de artigos publicados de acordo com o país

PAÍS	QUANTIDADE	PERCENTUAL
Brasil	41	68,3%
EUA	14	23,3%
Portugal	2	3,3%
Espanha	1	1,6%
Peru	1	1,6%
Holanda	1	1,6%
TOTAL	60	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

4.5 Produtividade segundo a área de conhecimento

A tabela 05 deste estudo apresenta a produtividade quanto à área de conhecimento. Um total bem expressivo das produções relacionadas às *Fake news* advém de revistas, periódicos ou jornais da área de Comunicação Social (n=49; 81,6%). Um estudo conduzido por Catalina-Garcia *et al.* (2019), com 300 alunos regularmente matriculados em cursos de Comunicação em três países distintos (Brasil, Espanha e Portugal), sugere que estudantes desta área estão mais atentos na detecção das informações recebidas, principalmente quando se trata de conteúdos compartilhados nas redes sociais, uma vez que o assunto é certamente abordado com

frequência na grade curricular. Isso pode sugerir que publicar trabalhos que analisem aspectos relacionados às *Fake news* é um campo rico em possibilidades de estudo na área de Comunicação Social, visto que esta consiste em uma ciência social aplicada que estuda os meios de comunicação em massa (jornais, rádio, TV e internet), o marketing, a publicidade e propaganda e vários outros domínios relacionados a veiculação de informações.

No campo das Ciências da Informação (CI), produziu-se 6,6% (n=4) das publicações relacionadas às *Fake news*. As CI abrangem diferentes dimensões de conhecimento, dentre elas a transformação social da informação frente ao uso massivo das novas tecnologias, assim como dos novos métodos de comunicação. Os estudos em torno da pós-verdade e das *Fake news* mostraram-se muito recentes, principalmente, quando atrelados às tecnologias de informação e comunicação. O campo apresenta lacunas científicas e precisa ser mais explorado. Existem estudos com discussões teóricas, porém as pesquisas práticas são poucas e principiantes (TOBIAS, CORRÊA, 2019).

Mais recentemente, no contexto do novo coronavírus, o acesso à informação exigiu novas posturas, mais inovadoras, para que a disseminação de informações no cenário de pandemia acontecesse de maneira mais rápida e eficiente. As redes sociais, de acordo com Sala *et al.* (2020), são alternativas à rigidez dos sites, pois a forma de utilização não esbarra em setores administrativos. Os autores afirmam, ainda, que as bibliotecas, enquanto equipamentos de transformação social, precisam se adaptar para atender às novas expectativas de sua comunidade.

No campo do Direito, há um grande dilema ao tentar estabelecer um controle sobre os conteúdos falsos, que esbarra no direito à liberdade de expressão, que representa uma das principais ferramentas para a manutenção de um Estado democrático. Em contrapartida, as *Fake news* são uma das maiores ameaças para a democracia, e um ponto onde seja possível conciliá-los é necessário. Fortes e Baldissera, (2019) sugerem que o melhor caminho para combater a desinformação é a informação, ou seja, onde o conteúdo falso foi divulgado, deve-se indicar onde encontrar as informações verdadeiras ou o outro ponto de vista do conteúdo, constituindo-se como alternativas mais viáveis do que a exclusão ou retirada deste.

Tabela 05: Número de artigos publicados conforme a área de conhecimento das revistas, periódicos ou jornais

PAÍS	QUANTIDADE	PERCENTUAL
Comunicação Social	49	81,6%
Ciências da Informação	4	6,6%
Direito	2	3,3%
Sociologia	1	1,6%
Saúde Pública	1	1,6%
TOTAL	60	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

4.6 Produtividade segundo a temática geral

A tabela 06 apresenta os resultados da distribuição dos artigos quanto às suas temáticas gerais. A Política mostrou-se um tema predominante dentre as publicações, concentrando 25% (n=15) dos resultados de busca, seguido de Saúde e redes sociais (ambos com 23,3% e n=14); Jornalismo (15%, n=9); Sociologia (5%, n=3); Justiça, Mídia e Cotidiano e Educação (3,3%; n=2); Algoritmos/Ciências da Informação e Biblioteconomia (1,6; n=1).

A Política, como muito reiterado nos tópicos anteriores, é permeada de duelos entre forças opositoras, independentemente do cenário, momento ou local em que está sendo retratada. As notícias falsas, além de espalhar discursos de ódio, desinformar, manipular e enfraquecer lados, tem um o poder de correr a democracia, conforme afirma Budak (2019). As plataformas de mídia social têm tomado medidas para identificar o conteúdo de notícias falsas e alertar seus consumidores, principalmente contando com organizações independentes para checagem de fatos. Porém, é também necessário construir ferramentas de estratégia para as organizações de notícias tradicionais permaneçam relevantes e possam competir com esta indústria crescente, além da “alfabetização” dos consumidores de notícias para distinguir o conteúdo confiável do não-confiável.

Ainda tratando-se de mídias digitais, existe um grande número de publicações centradas nas redes sociais (n=14), que ocupam, hoje em dia, uma posição de destaque para obter-se informações em detrimento do jornalismo tradicional (n=9) (CATALÍNA-GARCIA *et al.*, 2019). Se antes era necessário ir até a banca ou fazer uma assinatura de jornal/revista, atualmente todo o conteúdo acompanha o público nos celulares, tablets e computadores. Entretanto, é preciso se atentar às especificidades do ambiente digital e o quanto eles potencializam a propagação de

informações falsas, sobretudo pela velocidade de difusão dos conteúdos e pelo alcance de inúmeros indivíduos. O excesso de informação, a popularização dos *smartphones* e a busca por popularidade podem ser um reflexo da vulnerabilidade dos internautas que costumam ler apenas palavras-chave ou o título das notícias. Logo, compartilham a informação e assim facilita a propagação de boatos (SILVEIRA *et al.*, 2017).

Em estudo de Gomes *et al.* (2020), sobre quais elementos influenciam na credibilidade das *Fake news* em plataformas como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter e WhatsApp, identificou-se que o uso de jargões científicos na estrutura do texto de uma notícia falsa contribui para a validação de um discurso semelhante ao de especialistas. Também constatou-se outros aspectos, como o de pessoas com menor renda e menor escolaridade estão mais suscetíveis a esses falsos conteúdos. Isto ajuda a compreender a inserção das *Fake news* como pauta de discussão nos estudos crescentes sobre redes sociais, que evidenciam a fragilidade dessas estruturas virtuais – mesmo com o avanço dos recursos tecnológicos das empresas que as mantêm.

Ajudados pelas redes sociais e outras plataformas virtuais, as *Fake news* sobre assuntos relacionados à Saúde facilmente se espalham, sendo esta temática bastante predominante dentre os artigos analisados (23,3%; n=14). Mesmo antes da pandemia de Sars-Cov-2, conteúdos de desinformação sobre vacinação já circulavam por entre os usuários, como é o caso da imunização contra febre amarela no Brasil em 2018. Desde janeiro deste referido ano, o Ministério da Saúde brasileiro tomou a decisão de fracionar a dose da vacina diante do aumento do surto da doença, o que levou a circulação de boatos acerca da eficácia do imunizante, da capacidade do governo em proteger a população e, inclusive, sobre a real necessidade de se vacinar (SACRAMENTO, PAIVA, 2020).

No campo sociológico, que representa 5% (n=3) das publicações, os estudos trazem reflexões sobre medidas para enfrentar o fenômeno da desinformação sem ferir os direitos fundamentais. Deve-se investir na regulação econômica e obrigações de transparência para as plataformas; governança de algoritmos; proteção de dados pessoais; e mecanismos de enfrentamento aos comportamentos maliciosos – incluindo abuso de poder econômico. Ao contrário do que possa parecer, não é violando a privacidade e aumentando o poder de moderação das plataformas sobre o debate público, gerando riscos potenciais à liberdade de expressão, que o fenômeno

atual da desinformação será combatido, nem tampouco uma única medida legislativa terá sucesso para resolver esse problema (RODRIGUES *et al.*, 2020).

Tabela 06: Temáticas gerais abordadas nos artigos

TEMAS	QUANTIDADE	PERCENTUAL
JORNALISMO	9	15%
POLÍTICA	15	25%
REDES SOCIAIS	14	23,3%
SAÚDE	14	23,3%
ALGORITMOS/CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO	1	1,6%
JUSTIÇA	2	3,3%
MÍDIA E COTIDIANO	2	3,3%
BIBLIOTECONOMIA	1	1,6%
SOCIOLOGIA	3	5%
EDUCAÇÃO	2	3,3%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

4.7 Produtividade segundo o assunto nas temáticas mais prevalentes

Na tabela 07, estão contidos os dados referentes às buscas bibliográficas sobre os assuntos mais abordados dentro das temáticas gerais prevalentes nos artigos. Percebe-se que a eleições brasileira e estadunidense (8,3%; n=) , em 2016 e 2017, respectivamente, estão presentes no centro de discussão da maioria dos estudos, visto que foram fenômenos de explosão de *Fake news* que sucederam e que se relacionam do ponto de vista ideológico-partidário, conforme já bem pontuado anteriormente em outras seções.

Em seguida, as discussões a respeito da corrida presencial de Donald Trump, em 2016, se apresenta 5% das discussões (n=3), fato esse que teve repercussão mundial, em que apoiadores de extrema-direita e do até então candidato dispararam *fake news* para prejudicar a opositora Hillary Clinton, em uma das eleições mais apertadas da história norte-americana.

No contexto nacional, as falas de Jair Bolsonaro (3,3%, n=2) e as eleições que o levaram à presidência (1,6%, n=1) também são temas que aparecem na área da Política. Segundo Maranhão Filho *et al.* (2018), a campanha presidencial de Bolsonaro foi articulada e impulsionada pela utilização de *fake news*, sobretudo aquelas que o associam à defesa da “família tradicional brasileira” e ao combate ao “kit gay” e à “ideologia de gênero”. Também, a partir de 2018, com a ascensão da direita brasileira,

é documentado na literatura disparos de notícias falsas sobre o julgamento do ex-presidente Lula através do Twitter. Nesse momento histórico, foram observadas algumas características das cascatas de *fake news*: elas são constituídas fortemente por conjuntos de atores bastante engajados, ou ativistas políticos, que utilizam a citações de líderes de opinião e veículos midiáticos para auxiliar possivelmente na conquista de credibilidade dessas notícias e seus possíveis espalhamentos. Quanto à sua estrutura, as *Fake news*, no caso citado acima, não conseguiram propagar-se além dos *clusters* ideológicos aos quais estão filiadas, influenciando, deste modo, apenas aqueles atores já presentes nessas câmaras de eco (RECUERO, GRUZD, 2019).

No tocante às redes sociais (23,3%; n=14), o Facebook é mencionado em todas as associações de plataformas virtuais, seja com o WhatsApp, Twitter ou Instagram, como meio de propagação de notícias falsas. Isso pode ser explicado devido à natureza das conexões: enquanto a experiência de uso do Facebook é centrada em um *feed* de notícias alimentado por conteúdos compartilhados por outras pessoas e por páginas de interesse do indivíduo — incluindo empresas jornalísticas —, o WhatsApp, por exemplo, é restrito a conversas entre duas ou mais pessoas. Neste sentido, é possível que a centralidade do *feed* de notícias no Facebook contribua para o aumento da percepção de que há muitas informações falsas em virtude do volume elevado de informações que o indivíduo acessa na plataforma (BAPTISTA *et al.*, 2019).

No âmbito da Saúde, 23,% (n=14) dos trabalhos discutiram assuntos relacionados às *Fake news* sobre o COVID-19, vacinação e saúde pública geral. A internet, no contexto a pandemia, se mostrou uma importante fonte de informação e canal de comunicação para que as atualizações a respeito do novo coronavírus chegassem ao cidadão leigo. A negação da ciência (além da desinformação) talvez seja um dos principais fatores que, no cenário da pandemia, influenciaram as pessoas a se automedicarem e, assim, correrem riscos com a saúde, uma vez que se cria uma falsa sensação de proteção contra a COVID-19 que, associada à descrença científica, culminam no desrespeito do isolamento social e, conseqüentemente, no crescimento da curva de infectados (CARVALHO, GUIMARÃES, 2020).

Tabela 07: Assuntos abordados nas temáticas gerais mais presentes nos artigos

TEMAS	QUANTIDADE	PERCENTUAL
POLÍTICA	15	25%
<i>Eleições brasileiras (2017) e norte-americanas (2016)</i>	5	8,3%
<i>Eleições brasileiras (2016)</i>	1	1,6%
<i>Eleições norte-americanas (2016)</i>	3	5%
<i>Falas de Jair Bolsonaro</i>	2	3,3%
<i>Julgamento ex-presidente Lula</i>	1	1,6%
<i>Outros</i>	3	5%
REDES SOCIAIS	14	23,3%
<i>Facebook, Twitter e Whatsapp</i>	3	5%
<i>Facebook e Twitter</i>	2	3,3%
<i>Facebook e WhatsApp</i>	1	1,6%
<i>WhatsApp</i>	1	1,6%
<i>Facebook, Instagram e WhatsApp</i>	2	3,3%
<i>Análises gerais</i>	5	8,3%
SAÚDE	14	23,3%
<i>COVID-19</i>	8	13,3%
<i>Vacinação</i>	3	5%
<i>Saúde pública</i>	3	5%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

4.8 Produtividade segundo os veículos de publicação

A tabela 08 apresenta todos os locais de publicação dos artigos selecionados neste estudo. Ao todo, encontrou-se cinquenta (n=50) revistas, jornais ou periódicos. A *Revista Panamericana de Salud Pública* (ou *Pan American Journal of Public Health* – Washigton D.C. - EUA) e a *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde* (Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro – RJ – BR) totalizaram três (n=3) publicações cada uma, representando, juntas, 12% dos veículos selecionados. Em seguida, as revistas *FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia* (Rio Grande do Sul – BR) e *PLOS ONE* (San Francisco, California – EUA) publicaram dois (n=2) artigos cada, totalizando juntas 8% dos meios analisados. O restante dos artigos (n=50) diferiram quanto à origem das revistas, representando cada um 2% da amostra.

Tabela 08: Produtividade segundo os veículos de publicação

REVISTAS, JORNAIS OU PERIÓDICOS	QUANTIDADE	PERCENTUAL
<i>Revista Panamericana de Salud Pública</i>	3	6%
<i>Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde</i>	3	6%
<i>Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia</i>	2	4%
<i>PLOS ONE</i>	2	4%
<i>Procedia Computer Science</i>	1	2%
<i>Journal of Economic Perspectives</i>	1	2%
<i>Revista Eletrônica Acervo Saúde</i>	1	2%
<i>Telematics and Informatics</i>	1	2%
<i>Direito, Estado e Sociedade</i>	1	2%
<i>Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação</i>	1	2%
<i>Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF</i>	1	2%
<i>Aturá Revista Pan-Amazônica de Comunicação</i>	1	2%
<i>Revista Cadernos de Campo</i>	1	2%
<i>Anais do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre.</i>	1	2%
<i>WWW '19: The World Wide Web Conference</i>	1	2%
<i>Revista de Comunicación</i>	1	2%
<i>Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia</i>	1	2%
<i>Revista Conhecimento em Ação, Rio de Janeiro</i>	1	2%
<i>MEDIA&JORNALISMO</i>	1	2%
<i>Revista PUBSaúde</i>	1	2%
<i>RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación</i>	1	2%
<i>Connectionline - Revista Eletrônica da Univag</i>	1	2%
<i>Conference: the 2018 CHI Conference</i>	1	2%
<i>RE V I STA DIR EI TOS SOCIA I S E POL Í TICA S PÚBLICA S (UNIFAFIBE)</i>	1	2%
<i>CIKM '17: Proceedings of the 2017 ACM on Conference on Information and Knowledge Management</i>	1	2%

<i>Revista de Educação Encontros com a Filosofia (EnFil)</i>	1	2%
<i>Revista Ciência & Saúde Coletiva</i>	1	2%
<i>Revista Ciência & Educação</i>	1	2%
<i>Revista Science</i>	1	2%
<i>InterAmerican Journal of Medicine and Health</i>	1	2%
<i>Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (PBCIB)</i>	1	2%
<i>Revista Eletrônica Correlatio</i>	1	2%
<i>Cogitare Enfermagem</i>	1	2%
<i>Cognitive Research: Principles and Implications</i>	1	2%
<i>Revista Mídia e Cotidiano</i>	1	2%
<i>Estudos em Jornalismo e Mídia</i>	1	2%
<i>Complexitas – Revista de Filosofia Temática</i>	1	2%
<i>Revista UNINTER de Comunicação</i>	1	2%
<i>Revista Geminis</i>	1	2%
<i>Revista Galáxia</i>	1	2%
<i>INTERAÇÕES: SOCIEDADE E AS NOVAS MODERNIDADES</i>	1	2%
<i>Sur - Revista Internacional de Direitos Humanos</i>	1	2%
<i>Confluências - Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito</i>	1	2%
<i>Revista Matrizes</i>	1	2%
<i>Revista Informação em Pauta (IP)</i>	1	2%
<i>Revista Reflexão e Crítica do Direito</i>	1	2%
<i>Revista Scientiarum Historia</i>	1	2%
<i>Cadernos de Prospecção</i>	1	2%
<i>Liinc em Revista</i>	1	2%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A disseminação de *fake news*, conforme discutido no presente estudo bibliométrico, abre margem para que a desinformação atinja um novo patamar e possa confundir a verdade e o que é verídico. Os resultados mostram a capacidade da “pós-verdade” influenciar os sistemas políticos, especialmente processos eleitorais, e acentuar ainda mais a polarização partidário-ideológica. Essa polarização repercute não só no campo sócio-político, mas reverbera numa das pautas essenciais para o bem-estar da população: a Saúde. Informações falsas, veiculadas em redes digitais ou sociais, são especialmente preocupantes visto que podem prejudicar a eficácia de programas, campanhas e iniciativas que visam à saúde dos cidadãos, o que foi exemplificado pelas *fake news* no contexto da pandemia de COVID-19 e as crescentes campanhas anti-vacinas. Outro fato que chama atenção é o uso recorrente de conteúdo imagético – vídeos, fotos ou a interpretação distorcida do conteúdo audiovisual – que remete à ideia largamente disseminada no jornalismo de que as imagens têm um alto poder de veracidade. Esse fato exige uma maior atenção no esclarecimento de conteúdos manipulados ou de narrativa em informações equivocadas.

Sugere-se que maneiras de amenizar as consequências da pós-verdade no ambiente digital, demonstrando aos cidadãos o quão importante é para a sociedade a sua participação na gestão da informação, talvez constitua uma das principais soluções a serem colocadas em prática. Com uma sociedade criticamente atuante, que preze pela fidedignidade das notícias e pesquise a realidade dos fatos, independente de opiniões pessoais, as *fake news* poderão ter sua visibilidade diminuída e a presença desse fenômeno tende a ser reduzido. Também são necessárias fortes estratégias que viabilizem conteúdos científicos confiáveis à população. Para tal, deveriam ser disponibilizados documentos acessíveis e dinâmicos que atraíssem os diversos grupos sociais, ajudando assim, na redução da propagação advertida de notícias falsas.

Novos estudos futuros que avaliem a efetividade de ferramentas tecnológicas no combate ao *fake news*, como algoritmos, programas, plataformas virtuais e aplicativos, são necessários, visto que esse tipo de conteúdo é veiculado principalmente na internet, tendo um fluxo de propagação mais rápido com a ascensão das redes sociais no mundo moderno.

REFERÊNCIAS

ALDWAIRI, Monther; ALWAHEDI, Ali. Detecting *fake news* in social media networks. **Procedia Computer Science**, New York, v. 141, p. 215-222, 2018. Disponível em:< <https://www.sciencedirect.com>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

ANITA BAPTISTA, Erica et al. A circulação da (des) informação política no WhatsApp e no Facebook. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 13, n. 3, p. 29-46, 2019. Disponível em:< <https://livrerepository.liverpool.ac.uk/3069393/>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

APUKE, Oberiri Destiny; OMAR, Bahiyah. *Fake news* and COVID-19: modelling the predictors of *fake news* sharing among social media users. **Telematics and Informatics**, Malasya, v. 56, p. 1014-75, 2021. Disponível em:< <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585320301349>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and *fake news* in the 2016 election. **Journal of economic perspectives**, New York, v. 31, n. 2, p. 211-36, 2017. Disponível em:<<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.4.2.13>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

BAPTISTA, Renata Ribeiro; DE AGUIAR, Julio Cesar. *Fake news*, eleições e comportamento. **Revista Direito, Estado e Sociedade**, Brasília, e-01/e-33 , 2020. Disponível em:< <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585320301349>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

BARBOSA, Maria Luciene Sampaio; SANTI, Vilso Junior. A intencionalidade nas notícias falsas: a nota de repúdio como estratégia de defesa do jornalismo na era das fakes news. **Aturá-Revista Pan-Amazônica De Comunicação**, Palmas, v. 3, n. 3, p. 93-109, 2019. Disponível em:< <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/atura/article/view/8191/>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

BERNARDI, Ana Julia Bonzanini; COSTA, Andressa Liegi Vieira. Populismo e *fake news* na era da pós-verdade: comparações entre Estados Unidos, Hungria e Brasil. **Cadernos de Campo: Revista de Ciências Sociais**, Araraquara, n. 28, p. 385-412, 2020. Disponível em:<<https://periodicos.fclar.unesp.br/cadernos/article/view/13690/>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

BUDAK, Ceren. What happened? the spread of *fake news* publisher content during the 2016 us presidential election. In: **The World Wide Web Conference**. 2019. p. 139-150.

CATALINA-GARCÍA, Beatriz; SOUSA, Jorge Pedro; SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. Consumo de notícias y percepción de *fake news* entre estudantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. **Revista de comunicación**, Espanha, v. 18, n. 2, p. 93-115, 2019. Disponível em:<<https://revistadecomunicacion.com>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

CAULYT, F. Facebook perdeu a importância para a Folha. **Deutsche Welle Brasil**, versão online, Boon (Alemanha), 2018. Disponível em: <<http://www.dw.com/pt-br/facebook-perdeu-importancia-para-a-folha-diz-editor/a-42525773>> Acesso em: 05.jul.2021.

CINELLI, Matteo et al. The limited reach of *fake news* on Twitter during 2019 European elections. **PloS one**, Itália, v. 15, n. 6, p.01-13, 2020. Disponível em:<<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0234689>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

CARVALHO, Wellington; GUIMARÃES, Ádria Silva. Desinformação, Negacionismo e Automedicação: a relação da população com as drogas “milagrosas” em meio à pandemia da COVID-19. **InterAmerican Journal of Medicine and Health**, Minas Gerais, v. 3, 2020. Disponível em:<<https://www.iajmh.com/iajmh/article/download/147/188>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

CLAVERO, María Victoria González; BAZÁN, Grettel Rodríguez. Gestión informativa de la infodemia en medios digitales: experiencia de las agencias de noticias. **Revista**

Panamericana de Salud Pública, Cuba, v. 45, 2021. Disponível em:< <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8110884/>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

DE JESUS, Adelair Almeida et al., A checagem de fatos no jornalismo brasileiro e o combate às *fake news*: duas experiências nas eleições 2018. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2019, Goiânia, **Anais Eletrônicos**, p. 01-15. Disponível em:< <https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0436-1.pdf>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

DA SILVA ALMEIDA, Hatus et al. A reemergência do sarampo no Brasil associada à influência dos movimentos sociais de pós verdade, *fake news* e antivacinas no mundo: revisão integrativa. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, Maranhão, v. 13, n. 3, p. e6226-e6226, 2021. Disponível em:< <https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/6226>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

DE BARCELOS, Thainá do Nascimento et al. Análise de *fake news* veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil. **Revista Panamericana de Salud Pública**, v. 45, 2021. Disponível em:< <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8118089/>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

DE MATOS, Rafael Christian. *Fake news* frente a pandemia de COVID-19. **Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia (Health Surveillance under Debate: Society, Science & Technology)–Visa em Debate**, Belo Horizonte, v. 8, n. 3, p. 78-85, 2020. Disponível em:< <http://www.visaemdebate.incqs.fiocruz.br/index.php/visaemdebate/article/view/1596/1152>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

DE SOUSA, Amanda Moura; ROSA, Luiz Pinguelli. *Fake news* na ciência: contribuição teórica para o universo conceitual da informação, desinformação e hiperinformação. **Revista Scientiarum Historia**, Rio de Janeiro, v. 2, p. 9-9, 2019.

Disponível em:<
<http://bibcegos.nce.ufrj.br/~revistas/index.php/RevistaSH/article/view/98>>. Acesso em:
31 maio. 2021.

DE SOUSA JÚNIOR, João Henriques et al. Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. **Cadernos de Prospecção**, Bahia, v. 13, n. 2 COVID-19, p. 331, 2020. Disponível em:<
<https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/35978>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

DE BRITTO, Daniella Maria Coelho; DE MELLO, Irene Cristina. O ESTUDO DOS VÍRUS POR INTERMÉDIO DA DESMISTIFICAÇÃO DE FAKE NEWS—UM RELATO DE EXPERIÊNCIA. In: **Anais do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre**.

DE ALBUQUERQUE MARANHÃO FILHO, Eduardo Meinberg; COELHO, Fernanda Marina Feitosa; DIAS, Tainah Biela. *Fake news* acima de tudo, *fake news* acima de todos”: Bolsonaro e o “kit gay”, “ideologia de gênero” e fim da “família tradicional. **Correlatio**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 65-90, 2018. Disponível em:<
<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/COR/article/view/9299>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

DE PAULA, Lorena Tavares; DA SILVA, Thiago dos Reis Soares; BLANCO, Yuri Augusto. Pós-verdade e fontes de informação: um estudo sobre *fake news*. **Revista Conhecimento em Ação**, Minas Gerais, v. 3, n. 1, p. 93-110, 2018. Disponível em:<
<https://revistas.ufrj.br/index.php/rca/article/view/16764/1122>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas CL. *Fake news* nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, Lisboa, v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018.

DOS ANJOS, Aline Silva Martins; CASAM, Priscila Carla; MAIA, Janize Silva. As *fake news* e seus impactos na saúde da sociedade. **Rev.Pub Saúde**. São Paulo. Disponível em:< <https://pubsaude.com.br>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

FALCÃO, Paula; SOUZA, Aline Batista de. Pandemia de desinformação: as *fake news* no contexto da Covid-19 no Brasil. RECIIS - **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 55-71, jan./mar. 2021. Disponível em:< <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/47085>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

FERNANDES, Carla Montuori; DE OLIVEIRA, Luiz Ademir; GOMES, Vinícius Borges. As notícias falsas e a reconfiguração do campo jornalístico era da pós-verdade. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, España, v. 7, n. 13, p. 231-249, 2020. Disponível em:< <http://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/216>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

FLINTHAM, Martin et al. Falling for *fake news*: investigating the consumption of news via social media. In: **Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems**. 2018. p. 1-10.

FONSECA, Rafaela Pereira; RAVACHE, Rosana Lia. O PROBLEMA DA “FAKE NEWS” NA ERA DA INFORMAÇÃO. **CONNECTION LINE-REVISTA ELETRÔNICA DO UNIVAG**, Várzea Grande, n. 24, 2021. Disponível em:< <http://www.periodicos.univag.com.br/index.php/CONNECTIONLINE/article/view/1636>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

FORTES, Vinícius Borges; BALDISSERA, Wellington Antonio. Regulação das *fake news* e liberdade de expressão: uma análise a partir da reclamação 22.328 do Supremo Tribunal Federal. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 374-401, 2019. Disponível em:< <https://www.unifafibe.com.br/revista/index.php/direitos-sociais-politicas-pub/article/view/671>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

FOURNEY, Adam et al. Geographic and Temporal Trends in Fake News Consumption During the 2016 US Presidential Election. In: **CIKM**. 2017. p. 6-10.

GADELHA, Rejane; ROBERTA, K. E. R. R. A Pequena Política e as Fake News contra a Candidata Mulher nas Eleições Presidenciais de 2018. **Encontros com a Filosofia- ISSN 2317-6628**, Rio de Janeiro, n. 10, p. 21-21, 2019. Disponível em:<<https://periodicos.uff.br/enfil/article/view/29475>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

GALHARDI, Cláudia Pereira et al. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, p. 4201-4210, 2020. Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/csc/a/XnfpYRR45Z4nXskC3PTnp8z/?lang=pt>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

GOMES, Sheila Freitas; PENNA, Juliana Coelho Braga de Oliveira; ARROIO, Agnaldo. Fake News científicas: percepção, persuasão e letramento. **Ciência & Educação (Bauru)**, São Paulo, v. 26, 2020. Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/ciedu/a/bW5YKH7YdQ5yZwkJY5LjTts/?lang=pt>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

GRINBERG, Nir et al. *Fake news* on Twitter during the 2016 US presidential election. **Science**, v. 363, n. 6425, p. 374-378, 2019.

KAUFMAN, Dora; SANTAELLA, Lucia. O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. **Revista FAMECOS**, Rio Grande do Sul, v. 27, p. e34074-e34074, 2020. Disponível em:<<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/34074>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

LUCE, Bruno; ESTABEL, Lizandra Brasil. Desinformação na terceira idade: como o público idoso se relaciona com as Fake News dentro das redes sociais. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**; Vol. 15, No 2 (2020); 016-

026, Rio Grande do Sul, v. 24, n. 2, p. 26-16, 2018. Disponível em:<<https://brapci.inf.br/index.php/res/v/150699>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

MANSO, Maria Elisa Gonzalez et al. *Fake news* e saúde da pessoa idosa. **Revista Longeviver**, Ano I, n. 2, Abr/Maio/Jun, São Paulo, 2019. Disponível em:<<https://revistalongeviver.com.br/index.php/revistaportal/article/viewFile/770/831>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

NETO, Mercedes et al. *Fake news* no cenário da pandemia de Covid-19. **Cogitare Enfermagem**, São Paulo, v. 25, 2020. Disponível em:<<https://revistas.ufpr.br/cogitare/article/download/72627/40567>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

MARUMO, Fabiano Shiiti; BARBON JUNIOR, Sylvio. Verificação de Fake News com uso de Deep Learning – **Departamento de Computação – Universidade Estadual de Ondrina (UEL)**, Paraná, 2018.

MICHAEL, Robert B.; BREAUX, Brooke O. The relationship between political affiliation and beliefs about sources of “*fake news*”. **Cognitive research: principles and implications**, Louisiana, v. 6, n. 1, p. 1-15, 2021. Disponível em:<<https://cognitiveresearchjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41235-021-00278-1>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

MIGUEL, Luis Felipe. Jornalismo, polarização política e a querela das *fake news*. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 46-58, 2019. Disponível em:<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p46>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

MONARI, Ana Carolina Pontalti; BERTOLLI FILHO, Claudio. Saúde sem Fake News: estudo e caracterização das informações falsas divulgadas no Canal de Informação e Checagem de Fake News do Ministério da Saúde. **Revista Mídia e Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p. 160-186, 2019. Disponível em:<

<https://pdfs.semanticscholar.org/f875/dec4fde098fb73081b7f8516d9c8508705a2.pdf>
>. Acesso em: 31 maio. 2021.

MORONI, Juliana. Possíveis impactos de Fake News na percepção-ação coletiva. **Complexitas–Revista de Filosofia Temática**, Pará, v. 3, n. 1, p. 130-160, 2019. Disponível em:<
<https://periodicos.ufpa.br/index.php/complexitas/article/view/6625>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

NIEVES-CUERVO, Giselly Mayerly et al. Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. **Revista Panamericana de Salud Pública**, [S.I.] v. 45, 2021. Disponível em:<
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8118087/>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

OLIVEIRA, Aline Barbosa; ASSIS, Cássia Lobão. “Fato ou Fake”, uma tentativa de retorno ao gatekeeper. **Revista UNINTER de Comunicação**, Paraíba, v. 8, n. 14, p. 4-14, 2020. Disponível em:<
<https://www.revistasuninter.com/revistacomunicacao/index.php/revista/article/view/787>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

PATATT, Caroline; DA ROCHA, Fernando Jesus. JORNALISMO EM TEMPOS DE COVID-19. **Revista GEMInIS**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 67-80, 2020. Disponível em:<
<https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/503>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

PRESTON, Stephanie et al. Detecting *fake news* on Facebook: The role of emotional intelligence. **Plos one**, Espanha, v. 16, n. 3, p. e0246757, 2021. Disponível em:<
<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0246757>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia (São Paulo)**, São Paulo, n. 41, p. 31-47, 2019. Disponível

em:< <https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvxg4btPzLYdxXk77rGrmJS/?lang=pt>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

RIBEIRO, Fábio; FONSECA, Daniela. O Início de uma Nova Era? Análise Exploratória a Plataformas Digitais de Verificação de Fake News. **Interações: Sociedade e as novas modernidades**, Coimbra, n. 39, p. 91-110, 2020. Disponível em:< <https://www.interacoes-ismt.com/index.php/revista/article/view/474>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

RIBEIRO, Márcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. O que são e como lidar com as notícias falsas. **SUR–Revista Internacional de Direitos Humanos**, São Paulo, n. 27, 2018. Disponível em:< <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5549208/course/section/6028801/RIBEIRO%20%20ORTELLADO.pdf>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

RODRIGUES, Theófilo Machado; BONONE, Luana; MIELLI, Renata. DESINFORMAÇÃO E CRISE DA DEMOCRACIA NO BRASIL: é possível regular *fake news*?. **Confluências| Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, p. 30-52, 2020. Disponível em:< <https://periodicos.uff.br/confluencias/article/view/45470>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

ROXO, Marco Antonio; MELO, Seane. Hiperjornalismo: uma visada sobre *fake news* a partir da autoridade jornalística. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. ID30572-ID30572, 2018. Disponível em:< <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/30572>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

SACRAMENTO, Igor; PAIVA, Raquel. *Fake news*, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil. **Matrizes**, v. 14, n. 1, p. 79-106, 2020. Disponível em:< <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/160081>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

SALA, Fabiana et al.. Bibliotecas universitárias em um cenário de crise mediação da informação por meio das redes sociais durante a pandemia de COVID-19. **Revista**

Informação em Pauta, Fortaleza, v. 5, n. 1, p. 10-32, jan./jun. 2020. Disponível em:<<http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/52754>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

SANTOS, Carlos Roberto Praxedes dos; MAURER, Camila. Potencialidades e limites do fact-checking no combate à desinformação. **Comunicação & Informação**; Goiânia, v. 23 (2020), v. 24, n. 2, 2020. Disponível em:<<https://revistas.ufg.br/ci/article/view/57839>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

SASTRE, Angelo et al. A influência do “filtro bolha” na difusão de Fake News nas mídias sociais; reflexões sobre as mudanças nos algoritmos do Facebook. **Revista GEMInIS**, v. 9, n. 1, p. 4-17, jan/abril 2018.

SCHIRRMANN, Eduardo. OS IMPACTOS JURÍDICOS E SOCIAIS QUE AS FAKE NEWS TIVERAM NA ELEIÇÃO BRASILEIRA DE 2018. **Revista Reflexão e Crítica do Direito**, Ribeirão Preto, v. 7, n. 2, p. 143-158, 2019. Disponível em:<<http://revistas.unaerp.br/rcd/article/download/1897/1512>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

SANCHOTENE, Carlos; DA SILVEIRA, Ada Cristina Machado; DE LIMA LAVARDA, Suélen. Quando as notícias mais compartilhadas são falsas: a circulação de boatos durante a semana do impeachment no Facebook. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 20, n. 3, p. 99-112, 2017. Disponível em:<<https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/46950>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

TEIXEIRA, Adriana; SANTOS, Rogério da Costa. *Fake news* colocam a vida em risco: a polêmica da campanha de vacinação contra a febre amarela no Brasil. RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 72-89, jan./mar. 2020. Disponível em:<<https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/40875>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

THEMUDO, Tiago Seixas; DE ALMEIDA, Fernanda Carvalho. Direito, cultura e sociedade em tempos de *fake news*. **Revista De Direitos E Garantias Fundamentais**, Vitória, v. 21, n. 3, p. 209-236, 2020. Disponível em:<

<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1653>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

TOBIAS, Mirela Souza; CORRÊA, Elisa Cristina Delfini. O paradigma social da Ciência da Informação: o fenômeno da pós-verdade e as *fake news* nas mídias sociais. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 24, n. 3, p. 560-579, 2019. Disponível em:< <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7389427>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

VASCONCELLOS-SILVA, Paulo R.; CASTIEL, Luis David. COVID-19, as *fake news* e o sono da razão comunicativa gerando monstros: a narrativa dos riscos e os riscos das narrativas. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 36, p. e00101920, 2020. Disponível em:< <https://www.scielo.org/article/csp/2020.v36n7/e00101920/pt/>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

VISCARDI, Janaisa Martins. *Fake news*, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, São Paulo, v. 59, n. 2, p. 1134-1157, 2020. Disponível em:< <https://www.scielo.br/j/tla/a/HWYM3LcW7yVtMY9ZbK8CWzs/?lang=pt>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

VITORINO, Maíra Moraes; RENAULT, David. A irrupção da *fake news* no Brasil: uma cartografia da expressão. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 42, n. 1, p. 229-259, 2020. Disponível em:< <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/9398>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

ZATTAR, Marianna et al. Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação| Information literacy and disinformation: criteria for evaluating the content of information sources. **Liinc em revista**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, 2017. Disponível em:< <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4075>>. Acesso em: 31 maio. 2021.

GENESINI, S. A pós-verdade é uma notícia falsa. **Revista USP**, São Paulo, n. 116, p. 45-58, 29 maio 2018. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146577>. Acesso em: 25 maio 2020.

MANSO MEG, et al. Fake News e Saúde da Pessoa Idosa. *Revista Longevidade*, 2019; 2: 19-25.

BOULIANNE, Shelley. Revolution in the making? Social media effects across the globe. **Information, Communication & Society**, v. 22, n. 1, p.39–54, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2017.1353641?journalCode=rics20?>>. Acesso em: 3 nov. 2019.

DE SORDI, José Osvaldo; MEIRELES, Manuel; GRIJO, Rogério Nahas. Gestão da qualidade da informação no contexto das organizações: percepções a partir do experimento de análise da confiabilidade dos jornais eletrônicos. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte , v. 13, n. 2, p. 168-195, Aug. 2008 . Available from http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362008000200012&lng=en&nrm=iso. access on 20 May 2021. <https://doi.org/10.1590/S1413-99362008000200012>.

Santos, A. (2019). O impacto do big data e dos algoritmos nas campanhas eleitorais. **ITS-Rio – Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro**. Disponível em <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/03/Andreia-Santos-V-revisado.pdf>

MACEDO, I. Das 123 fake News encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro. **Congresso em foco**. Acesso em 06 de novembro de 2019. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/das-123-fake-news-encontradas-por-agencias-de-checagem-104-beneficiaram-bolsonaro/>

DAIM, T.U., RUEDA, G.R. & MARTIN, H.T. (2005). Technology forecasting using bibliometric analysis and system dynamics. *Technology Management: A Unifying*

Discipline for Melting the Boundaries, Jul./aug., 112-122. Recuperado em agosto de 2010, de <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=1509681&isnumber=32329>.

WRIGHT, J.T.C. & SPERS, R.A.G. (2006). O país no futuro: aspectos metodológicos e cenários. *Estudos Avançados*, 20 (56).

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. [S. l.]: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinaryframework-for-research/168076277c>. Acesso em: 04 Dez. 2018

GRAVES, Lucas. Deciding what's true: the rise of political fact-checking in American journalism. New York: Columbia University Press, 2016.

BRASIL. Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Acesso em: 14 ago. 2020.

GRANVILLE, Kevin. Facebook and Cambridge Analytica: What Your Need To Know as Fallout Widens. *The New York Times*, Nova Iorque, Estados Unidos, 19 mar. 2018. Disponível aqui. Acesso em: 15 ago. 2018.

BRASIL. CPMI Fake News - Depoimentos dos sócios-proprietários da empresa Yacows. Vídeo (4:43:53) TV Senado, 21 fev. 2020. Disponível aqui. Acesso em: 08 ago. 2020. Dhillon, G. (2004). Realizing benefits on an information security program. *Business Process Management Journal*, 10 (3), 260-261.

GUNTHER, Luiz Eduardo; THOMAZINHO COMAR, Rodrigo; EHLKE RODRIGUES, Luciano. A PROTEÇÃO E O TRATAMENTO DOS DADOS PESSOAIS SENSÍVEIS NA ERA DIGITAL E O DIREITO À PRIVACIDADE: OS LIMITES DA INTERVENÇÃO DO ESTADO. **Relações Internacionais no Mundo Atual**, [S.l.], v. 2, n. 27, p. 25-41, nov. 2020. ISSN 2316-2880. Disponível em:

<<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RIMA/article/view/3972/371372300>>.

Acesso em: 30 maio 2021. doi:<http://dx.doi.org/10.21902/Revrima.v1i26.3972>.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Emenda 6/2017 no Projeto de Lei 8612/2017**, Brasília, 2017. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2151995>>. Acesso em: 30 out. 2017.

Ministério da Educação (BR). FundaçãoCapes. Mulheres são a maioria na pós-graduação brasileira [Internet]. **Brasília: Ministério da Educação**; 2017 [citado 2017 abr 4]. Disponível em: Disponível em: <http://www.capes.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/8315-mulheres-sao-maioria-na-pos-graduacao-brasileira> [Links]

GARCIA, Leila Posenato; DUARTE, Elisete. Equidade de sexo e gênero na pesquisa e na publicação científica. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília , v. 26, n. 3, p. 431-432, set. 2017 .

ROYAL SOCIETY. Knowledge, networks and nations: Global scientific collaboration in the 21st century. **London: The Royal Society**, 2011. Available from: . Cited: Jan. 14, 2014

SIDONE, O.J.H; HADDAD, E.A.; MENA-CHALCO, J.P. A ciência nas regiões brasileiras: evolução da produção e das redes de colaboração científica. **Transinformação**, v. 28, n.1, 2016, v. 28, n. 1