

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA INFORMAÇÃO - ICHI
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

GILMAR GOMES DE BARROS

***FAKE NEWS NO FACEBOOK: estudo de caso com universitários da
Universidade Federal do Rio Grande***

RIO GRANDE, RS

2018

Gilmar Gomes de Barros

***FAKE NEWS NO FACEBOOK: estudo de caso com universitários da
Universidade Federal do Rio Grande***

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado no curso de Biblioteconomia,
da Universidade Federal do Rio Grande
(FURG), como requisito parcial para
obtenção do grau de bacharel em
Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^a. Geise Ribeiro da Silva

RIO GRANDE, RS

2018

B277f Barros, Gilmar Gomes de.

Fake news no Facebook: estudo de caso com universitários da Universidade Federal do Rio Grande / Gilmar Gomes de Barros. – 2018.
44 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Instituto de Ciências Humanas e da Informação
– ICHI, Curso de Biblioteconomia, Rio Grande/RS, 2018.
Orientadora: Geise Ribeiro da Silva.

1. *Fake News* 2. *Facebook* 3. Universitários.
4. Fonte de Informação. 5. FURG. I. Silva, Geise Ribeiro da II. Título

CDU 004.738.5

Catálogo na Fonte: Bibliotecário José Paulo dos Santos CRB 10/2344

Dedico este trabalho à Angélica Miranda,
pela iniciação científica.

AGRADECIMENTOS

Aos meus amados pais, João e Cleusa, pelo imenso apoio. Fizeram o possível e o impossível para investir na minha educação. Sem eles eu não chegaria a essa conquista. Deixo registrado meu amor e carinho pela presença insubstituível deles na minha vida.

A todos meus professores. Um agradecimento especial ao Eduardo, o professor que me inspirou a tomar a decisão de ingressar na universidade. Um profissional que, além de ter uma ótima didática, foi um grande amigo, que contribuiu para transformação na minha vida. Tenho saudades das nossas conversas naquelas manhãs frias que antecediam as aulas. Sem dúvidas, foi nossa troca de ideia que me inspirou a mudar e fez com que eu tomasse um novo rumo na vida, virando um Tabajara (risos).

Ao professor José Ricardo, pelas oportunidades oferecidas, em inserção de projetos e estágios. Fico honrado no fato deste grande profissional sempre ter confiado no potencial do meu trabalho.

À minha orientadora, professora Geise, pelas preciosas dicas e por todo o trabalho e dedicação por esse TCC, conduzindo esse trabalho de forma brilhante.

À Edna, pela paciência de várias vezes ler atentamente meu trabalho, fazendo sugestões de melhoras.

A todos os meus colegas e amigos, especialmente a Alê, Ingrid, Josi e Margareth. Foram ótimas companhias, não só durante as aulas, como também na sala do Repositório Institucional. Nosso trabalho em equipe, além de ter enriquecido nosso conhecimento, resultou numa grande amizade que será levada para a vida.

RESUMO

No século XXI, o sentido do termo “*fake news*” tem forte relação com a propagação rápida de informação na internet feita, principalmente, por meio das redes sociais. Com base nisso, o objetivo deste trabalho foi verificar se os acadêmicos da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), ao se depararem com uma informação, na rede social *Facebook*, recorrem a fontes de informação para se certificar sobre sua veracidade. Os objetivos específicos, por sua vez, foram os seguintes: a) identificar a frequência de acesso na rede social *Facebook* dos acadêmicos da FURG; b) verificar o número médio de compartilhamento de informações; c) especificar em que casos os usuários do *Facebook* verificam as informações recebidas, quanto à veracidade; d) investigar os critérios de escolha de fonte de informação. Quanto aos procedimentos metodológicos, o presente estudo teve como campo empírico a FURG e, como instrumento de pesquisa, seus universitários. Trata-se de um estudo de caso, de abordagem qualitativa, de natureza básica e caráter descritivo. Para a coleta de dados, foi utilizado o questionário impresso, com seis perguntas fechadas e quatro perguntas abertas e que foi aplicado na Biblioteca Central, localizada no Campus Carreiros. Com relação ao referencial teórico, foram apresentados conceitos e exemplos sobre *fake news* dentro das redes sociais, principalmente no *Facebook*, rede social aqui estudada. Os resultados mostram que um número significativo de universitários utiliza o *Facebook* como fonte de informação e que costumam fazer compartilhamentos. Porém, não se certificam das informações, quanto à veracidade, confiando apenas em fontes tradicionais de informação. Além disso, eles não se informam por meio das mídias independentes e portais informais. Diante disso, conclui-se que embora a fonte de informação seja relevante para os universitários, eles precisam ser educados a investigar criteriosamente a informação em si, além da sua fonte.

Palavras-chave: *Fake news*. *Facebook*. Universitários. Fonte de informação. FURG.

ABSTRACT

In the XXI century the term “fake news” have a strong relationship if the prompt spread of information on the internet made primarily through social networks. Based on this, the main objective of this project was to verify if the academics of the Universidade Federal do Rio Grande (FURG), when they come across an information in the social network Facebook, they verify the sources of information to make sure about their veracity. The specific objectives were the following: a) to identify the frequency of access of the academics of FURG in the social network Facebook; b) to verify the average number of information sharing; c) to specify in which cases Facebook users verify the information received, as to their veracity; d) investigate the criteria to choose the source of information. As to the methodological procedures, the present study had as empirical field the FURG and, as a research instrument, its university students. It is a case study, with a qualitative approach, of basic and descriptive nature. For data collection, a printed survey was used, with six objective questions and four essay questions. It was applied at the Central Library, located at Carreiros Campus. Regarding the theoretical framework, concepts and examples about fake news were presented within social networks, mainly on Facebook, the social network studied here. The results show that a significant number of university students use Facebook as a source of information and that they usually share it. However, they do not certify the information as to truthfulness, relying only on traditional sources of information. In addition, they do not inform themselves through independent media and informal websites. In view of this, it is concluded that although the source of information is relevant to university students, they need to be instructed to carefully investigate the information itself, in addition to its source.

Keywords: Fake news. Facebook. College students. Information sources. FURG.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	<i>Fake news</i> em forma de meme.....	19
Figura 2	Meme ideal.....	21
Figura 3	Dicas da IFLA de como identificar notícias falsas.....	22
Figura 4	Meme em forma de desinformação.....	24
Figura 5	Distribuição dos alunos conforme frequência de acessos no Facebook (n=12).....	31
Figura 6	Informação compartilhada pelos universitários.....	32
Figura 7	Frequência de compartilhamentos.....	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
1.1	Problema de pesquisa.....	11
1.2	Justificativa.....	11
1.3	Objetivos.....	14
1.3.1	Objetivo geral.....	14
1.3.2	Objetivos específicos.....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1	A rede social digital <i>Facebook</i> como fonte de informação.....	15
2.2	<i>Fake news</i>.....	21
3	METODOLOGIA.....	26
3.1	Campo empírico e instrumento de pesquisa.....	26
3.2	Abordagem de pesquisa.....	28
3.3	Natureza de pesquisa.....	28
3.4	Objetivo de pesquisa.....	28
3.5	Procedimentos de coleta de dados.....	29
3.6	Apresentação e análise dos dados.....	30
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	31
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
	REFERÊNCIAS.....	36
	APÊNDICE – QUESTIONÁRIO.....	42

1 INTRODUÇÃO

A democratização da internet e o consequente crescimento das redes sociais digitais trouxeram inúmeras mudanças para a sociedade. Dentre essas mudanças, destaca-se a considerável quantidade de informação que passou a chegar ao alcance dos usuários dessas redes.

O contexto informacional via *Web* se configura pela constante produção, disseminação e consumo de informações, sobretudo por meio de compartilhamentos nas redes sociais (*Facebook* e *Twitter*, por exemplo) e nos aplicativos de mensagens instantâneas (*Whatsapp*, por exemplo). (LEITE; MATOS, 2017). Sendo assim, qualquer usuário dessas plataformas digitais, no mesmo momento em que se depara com uma notícia, torna-se um potencial disseminador de informação.

Dentro dessa perspectiva, fica evidente que todo tipo de informação pode ser disseminada (falsa ou verdadeira, atual ou desatualizada, relevante ou irrelevante – para quem comunica ou para quem a recebe).

Quando a informação é um fato ou uma notícia, seu conteúdo impacta diretamente no modo de pensar dos leitores, bem como na maneira deles de agir na vida real. A falta de critérios para crítica sobre as informações recebidas e a falta de conhecimento científico faz com que a população, algumas vezes, acredite no senso comum como fonte de verdade, seja porque não sabem buscar a fonte de informação adequada para confirmar a sua veracidade ou por outros motivos que serão aqui investigados. Essas faltas acarretam algumas incoerências, que podem conduzir a situações antiéticas e à pulverização de *fake news* (notícias falsas).

É importante que se tenha bom senso para lidar com a informação, já que as notícias publicadas nem sempre se originam de uma fonte fidedigna, podendo ser *fake news*. Vale ressaltar que a disseminação de notícias falsas já acontece há muito tempo e podem gerar consequências negativas. Exemplo disso foi o denominado *yellowcake* (bolo amarelo, de *Urânio*, que serve para a produção de energia nuclear), que foi uma série de documentos falsos que acabaram servindo como uma das justificativas para que os Estados Unidos invadissem o Iraque. (COSTA; COSTA, 2015).

Contudo, esta pesquisa delimita-se a abordar o sentido de *fake news* no século XXI, que tem forte relação com a propagação rápida de informação na internet feita, principalmente, por meio das redes sociais.

As redes sociais potencializaram o que Wardle e Derakhshan (2017) anunciam como uma desordem da informação em escala mundial. Nehmy e Paim (1998) advogam que a Ciência da Informação deve também pesquisar acerca das dimensões negativas da informação e que os estudiosos não podem apenas relacionar a informação somente ao papel de esclarecer as pessoas.

Os bibliotecários são os profissionais mais capacitados para identificar uma fonte de informação que tenha confiabilidade. Em vista disso, a *Wikimedia Foundation's* criou o projeto denominado #1Lib1Ref¹, uma iniciativa para os bibliotecários utilizarem seu conhecimento para incluir artigos científicos nas referências dos textos escritos na *Wikipédia* que são carentes de fontes. Trata-se, portanto, de uma ação de reconhecimento das informações confiáveis que, por consequência, auxilia no combate às *fake news*. Pode-se compreender que cabe ao bibliotecário à instrução quanto ao reconhecimento e ao uso de fontes de informação para a sociedade.

A internet faz parte do cotidiano da população brasileira. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que em 48,1 milhões de residências brasileiras há a utilização da internet, o que representa 69,3% dos domicílios no Brasil. (IBGE, 2018). Portanto, cerca de 7 em cada 10 cidadãos, desse país, estão vulneráveis a ler informações produzidas por pessoas mal informadas ou mal-intencionadas. Segundo dados do *Facebook* (2016), quase metade dos brasileiros se conectam à rede social mencionada, pelo menos uma vez ao mês.

Dentro desse número significativo de usuários, estão os universitários. Trata-se de um nicho de indivíduos que, de acordo com Prensky (2001), tiveram uma mudança considerável nas suas rotinas, com a modernização dos instrumentos para o aprimoramento da internet. Embora tenha sido aplicado apenas a estudantes de graduação norte-americanos, para contextualizar, vale citar o estudo da EDUCAUSE, mostrando que 90% dos universitários pesquisados participam do *Facebook*. (DAHLSTROM *et al.*, 2011).

Portanto, esses indivíduos estão presentes nas redes sociais, acessando e compartilhando informações. Inclusive, o uso excessivo está sendo estudado, levantando-se a possibilidade de os usuários estarem fazendo uso compulsivo da rede social citada. (MARÍN DÍAZ; SAMPEDRO REQUENA; MUNHOZ GONZÁLEZ, 2015).

¹ Mais informações podem ser consultadas em: https://meta.wikimedia.org/wiki/The_Wikipedia_Library/1Lib1Ref/pt-br. Acesso em: 9 jun. 2018.

Em virtude desse considerável número de acessos e pela significativa estrutura com relação à disseminação de informação, o *Facebook* foi selecionado para a realização do presente estudo. Ademais, vale destacar que os cidadãos escolarizados também podem ser enganados por notícias que oferecem inverdades. (PAULA; SILVA; BLANCO, 2018). Ainda que sejam indivíduos com acesso à informação científica e com critérios de escolha dentro desse padrão, indaga-se sobre suas atuações dentro das redes sociais, com relação às *fake news*.

A seguir, são expostos o problema e a justificativa desta pesquisa, bem como os objetivos, geral e específicos, que a orientam.

1.1 Problema de pesquisa

Diante das reflexões expostas, surge a seguinte pergunta de pesquisa: ao se depararem com uma informação, na rede social *Facebook*, os universitários da Universidade Federal do Rio Grande - FURG recorrem a fontes de informação para certifi-cá-la?

1.2 Justificativa

O presente trabalho se justifica pela necessidade imprescindível do debate em torno de informações falsas que circulam na internet. É uma questão essencial a qualquer indivíduo que tem conta registrada não só no *Facebook*, mas em qualquer outra rede social. Os usuários estão vulneráveis a acreditar e, conseqüentemente, compartilhar uma notícia falsa.

Esse assunto, de acordo com Zattar (2017), é destaque dentro das discussões sobre práticas informacionais, diretamente ligadas às práticas bibliotecárias. A popularização de termos como “*fake news*”, “pós-verdade” e “desinformação” tem trazido à tona uma preocupação com a veracidade e a confiabilidade das informações disseminadas na *web*. (LEITE; MATOS, 2017).

Oliveira e Souza (2018, p. 4), definem como primordial a discussão desse tema, pois as *fake news* no cotidiano causam

desinformação, desconhecimento e insegurança e todos os elementos que a acompanha: injustiça, medo, manipulação, e, em último grau, descrédito para as informações verídicas, que passam a ser ignoradas por serem comumente confundidas com as propositalmente falsas ou descontextualizadas.

Para Leite e Matos (2017, p. 2341), a insegurança com relação à veracidade da informação deveria gerar uma atitude de “indagação, vigilância e refinamento crítico”, entretanto ocorre exatamente o inverso: “[...] para lidar com a sobrecarga cognitiva, as pessoas decaem para um estado de indiferença ou apatia”. Isso pode ser uma explicação para o que foi constatado por pesquisadores de *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*: as notícias falsas são, em média, compartilhadas 70% mais vezes do que as notícias verdadeiras. (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018).

Diante da percepção do crescimento dessa problemática no âmbito social, a preocupação em combater as *fake news* recentemente começa a ser debatida em eventos científicos, que têm dado enfoque especificamente a essa temática.

Em janeiro de 2018, ocorreu em Los Angeles o evento intitulado *Global Fake News and Defamation Symposium*², na *Southwestern Law School*, que reuniu pesquisadores europeus e norte-americanos. Uma das propostas do evento foi investigar os efeitos das notícias falsas ao governo, aos cientistas e à imprensa do mundo.

Na Bélgica, em fevereiro de 2018, a União Europeia organizou o colóquio intitulado “*Fake News and Desinformation Online*”³. A *International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA)* esteve presente no evento, com o propósito de destacar a atribuição das bibliotecas com relação a esse assunto. No evento, contrariando aqueles que defendem a ideia de algum nível de critérios para controlar as notícias falsas, a referida instituição argumentou que “[...] o tempo e o esforço devem ser investidos em habilidades, não em regulamentação desproporcional do discurso *online*”. (IFLA, 2018, tradução nossa).

No Brasil, em março de 2018, foi promovido pela Escola de Direito de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV Direito SP) o evento intitulado *Fake News e Democracia*⁴, onde foi debatida a temática *fake news* e suas relações com a liberdade de expressão e o debate político e democrático.

² Disponível em: <https://www.swlaw.edu/curriculum/honors-programs/law-review-journals/journal-international-media-entertainment-law/global>. Acesso em: 22 mar. 2018.

³ Disponível em: <https://goo.gl/ke7MJP>. Acesso em: 9 jun. 2018.

⁴ Disponível em: <http://direitosp.fgv.br/evento/fake-news-democracia>. Acesso em: 20 abr. 2018.

O assunto também foi motivo de debate no Congresso Nacional Brasileiro. Por meio do Conselho de Comunicação Social (CCS), foi criada uma comissão para avaliar os Projetos de Lei (PLs) que versam sobre *fake news*, que até então⁵ são oito projetos. Visto que foi ano de eleições no Brasil, esse conselho procurou uma maneira de evitar que as notícias falsas interferissem no resultado do pleito. O CCS, entretanto, não tem a função legislativa, apenas convoca os parlamentares autores dos projetos para debater a temática. (SENADO FEDERAL, 2018). Dentre os propósitos dos PLs, sobre o assunto, vale destacar o fato de que visam alterar o Código Penal⁶, o Código Eleitoral⁷ e o Marco Cível da Internet⁸.

As informações e os eventos expostos demonstram a relevância com que a temática vem sendo tratada no ambiente científico e justifica que seja discutido, principalmente, no âmbito da Biblioteconomia, por ter como objeto a informação.

A temática aqui debatida tenha caráter multidisciplinar e sua relação especificamente com o campo da Biblioteconomia é sustentada pela constatação de que a pesquisa é uma das especialidades do bibliotecário, sendo esse um profissional capacitado a conhecer as fontes de informação confiáveis. Ademais, de acordo com Silva e Tomaél (2004), a explosão de informação eletrônica faz com que haja cada vez mais a necessidade de o profissional da informação estar presente nesses ambientes.

O interesse pessoal em realizar esta pesquisa partiu da experiência do autor em presenciar, no *Facebook*, uma considerável quantidade de notícias falsas que são expostas e compartilhadas. Embora esse tipo de notícia pode, de modo geral, ser contestado por uma pesquisa na internet, elas são compartilhadas por usuários que não fazem tal verificação e que as consideram verdadeiras sem questionar.

Na década de 1970, o biólogo Richard Dawkins afirmou que “Entre os animais, o homem é dominado de maneira singular pela cultura, pelas influências aprendidas e transmitidas”. (DAWKINS, 1979, p. 23). Partindo dessa premissa, observa-se que é grave o fato de a população formar sua opinião, por meio de informações inverídicas.

⁵ Informação coletada em 2018.

⁶ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del2848compilado.htm. Acesso em: 28 abr. 2018;

⁷ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4737.htm. Acesso em: 28 abr. 2018.

⁸ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 28 abr. 2018.

Pode-se imaginar a catástrofe de uma sociedade, onde a informação falsa predomina sobre a informação verídica.

Vale ainda destacar que é uma temática que está em alta entre os meios de comunicação informais, no entanto ainda precisa ser aprofundada cientificamente, o que também justifica a discussão no presente trabalho.

1.3 Objetivos

Toda pesquisa deve ter um objetivo definido, para que se possa saber o que se vai procurar e o que se pretende alcançar. O objetivo torna explícito o problema, aumentando os conhecimentos acerca de determinado assunto. (MARCONI; LAKATOS, 2010).

O objetivo geral e os objetivos específicos do presente trabalho serão apresentados nos próximos dois tópicos.

1.3.1 Objetivo geral

Aqui é exposto o propósito do trabalho. O objetivo geral é verificar se os universitários da FURG, ao se depararem com uma informação, na rede social *Facebook*, recorrem a fontes de informação para se certificar sobre sua veracidade.

1.3.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos representam os resultados esperados para a projeto. São apresentados a seguir.

- a) Identificar a frequência de acesso na rede social *Facebook* dos acadêmicos da FURG;
- b) Verificar o número médio de compartilhamento de informações;
- c) Especificar em que casos os usuários do Facebook verificam as informações recebidas, quanto à veracidade;
- d) Investigar os critérios de escolha de fonte de informação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A revisão de literatura é a base da pesquisa científica. A leitura de trabalhos anteriores, que abordam temas relacionados com a temática discutida, é imprescindível para qualificar a pesquisa em construção. Na presente seção, serão abordados os temas referentes à rede social digital *Facebook* e os tipos *Fake news*.

2.1 A rede social digital *Facebook* como fonte de informação

Historicamente, a informação era controlada pelos grandes meios de comunicação. Entretanto, conforme Lopes (2015), os jornais, por serem uma fonte de informação que não utiliza o método de avaliação por pares, têm maiores chances de ser publicada uma informação imprecisa. Portanto, até mesmo um grande meio de comunicação não está isento de cometer alguma falha ao transmitir uma informação.

Com a *Web 2.0*, o ponto de partida por uma busca informacional é o Google, e ferramentas como o Facebook oferecem uma quantidade significativa de informação. (ZATTAR, 2017). Corroborando com essa afirmação, Paula, Silva e Blanco (2018) observam que as redes sociais são as fontes de informação que mais crescem na internet e com frequência tende a se integrar ou ter seus aspectos incorporados a outras fontes.

Tendo em vista essa nova realidade de divulgação e de consumo informacional, os jornais tradicionais transformaram-se em grandes portais de notícias na internet e dentro das redes sociais, adaptando-se à evolução tecnológica⁹.

Diante disso, vale ressaltar que não basta a ampliação das fontes informacionais, “[...] é necessário qualidade, relevância e veracidade nos mais diferentes contextos, de forma que sejam evitadas desinformações e notícias falsas nas bolhas informacionais em que somos inseridos”. (ZATTAR, 2017, p. 208). Tendo como base a citação da autora, podemos observar que juntamente com os portais de notícia tradicionais, novos portais de divulgação informacional tiveram significativo crescimento, ganhando notoriedade nacional. Esses portais, no entanto, apresentam conteúdo de qualidade questionável por utilizarem principalmente a pós-verdade como notícia verídica.

⁹ Exemplo disso é a página do jornal O Globo. Disponível em: <https://www.facebook.com/jornaloglobo/>. Acesso em: 13 nov. 2018.

A pós-verdade, de acordo com Paula, Silva e Blanco (2018) tem a intenção de apelar para aspectos emocionais de uma narrativa realista. *Sítes* como o Movimento Brasil Livre (MBL)¹⁰ costumam publicar esse tipo de notícia, onde a opinião pessoal é considerada mais importante do que o fato concreto. Exemplo disso é a transmissão da ideia segundo cujo o nazismo é de esquerda, conforme pensa Kataguirí (2017). Ora, como pode ser de esquerda esse regime, que foi fundamentalmente anticomunista? Portanto, a pós-verdade está intrinsecamente ligada a pré-conceitos, onde o leitor pode afirmar que uma informação é *fake* simplesmente pelo fato de ela ir de encontro às suas ideias pré-concebidas.

Além desses novos portais de divulgação informacional que surgiram com as redes sociais, o próprio cidadão comum passou a ter a oportunidade de ser uma fonte de informação primária, expandindo ainda mais a probabilidade de originar *fake news*.

Desenvolvido em 2004, o *Facebook* é a rede social digital que atualmente abarca o maior número de usuários ativos no mundo. De acordo com dados dessa rede de sociabilidade, em 2016, 102 milhões de brasileiros se conectaram à plataforma pelo menos uma vez por mês. (*FACEBOOK*, 2016). Com esse número tão significativo de usuários ativos, a empresa tem em mãos uma grande responsabilidade, por tratar-se de uma grande fonte de informação, ainda que seja informal. Brisola e Bezerra (2018, p. 3324) lembram que a estrutura dessa rede social caracteriza-se “[...] pela propagação fácil e potencialmente abrangente sem verificação ou julgamento editorial”.

O Facebook, publicamente, já se mostrou disposto a combater as *fake news*. Exemplo disso é um artigo contendo 10 dicas para identificar notícias falsas, que foi disponibilizado aos usuários da rede social:

- 1) Seja cético com as manchetes: notícias falsas frequentemente trazem manchetes apelativas em letras maiúsculas e com pontos de exclamação. Se alegações chocantes na manchete parecerem inacreditáveis, desconfie.
- 2) Olhe atentamente para a URL: uma URL semelhante à de outro site ou telefone podem ser um sinal de alerta para notícias falsas. Muitos sites de notícias falsas imitam veículos de imprensa autênticos fazendo pequenas mudanças na URL. Você pode ir até o site para verificar e comparar a URL com a de veículos de imprensa estabelecidos.
- 3) Investigue a fonte: certifique-se de que a reportagem tenha sido escrita por uma fonte confiável e de boa reputação. Se a história for contada por uma organização não conhecida, verifique se a seção “Sobre” do site para verificar mais sobre ela.

¹⁰ Disponível em: <http://mbl.org.br/>. Acesso em: 24 set. 2018.

- 4) Fique atento a formatações incomuns: muitos sites de notícias falsas contêm erros ortográficos ou apresentam layouts estranhos. Redobre a atenção na leitura se perceber esses sinais.
- 5) Considere as fotos: notícias falsas frequentemente contêm imagens ou vídeos manipulados. Algumas vezes, a foto pode ser autêntica, mas ter sido retirada do contexto. Você pode procurar a foto ou a imagem para verificar de onde ela veio.
- 6) Confira as datas: notícias falsas podem conter datas que não fazem sentido e até mesmo datas que tenham sido alteradas.
- 7) Verifique as evidências: verifique as fontes do autor da reportagem para confirmar se são confiáveis. Falta de evidência sobre os fatos ou menção a especialistas desconhecidos pode ser uma indicação de notícias falsas.
- 8) Busque outras reportagens: se nenhum outro veículo da imprensa tiver publicado uma reportagem sobre o mesmo assunto, isso pode ser um indicativo de que a história é falsa. Se a história for publicada por vários veículos confiáveis na imprensa, é provável que seja verdadeira.
- 9) A história é uma farsa ou uma brincadeira? Algumas vezes, as notícias podem ser difíceis de distinguir de um conteúdo de humor ou sátira. Verifique se a fonte é conhecida por paródias e se os detalhes da história e o tom sugerem que pode ser apenas uma brincadeira.
- 10) Algumas histórias são intencionalmente falsas: pense de forma crítica sobre as histórias lidas e compartilhe apenas as notícias que você sabe que são verossímeis. (FACEBOOK, 2018).

De fato, alguns tópicos levantados no artigo apresentado corroboram com alguns comportamentos dos usuários que compartilham *fake news*.

Conforme o texto integralmente citado, pode-se verificar níveis de dificuldade para a identificação de *fake news*. O nível mais fácil de se perceber que trata-se de uma notícia falsa, porque os usuários podem rapidamente certificar-se da informação, são as dicas 1 e 2: o conteúdo apelativo forçosamente tenta convencer o leitor a concordar com uma ideia e a URL oficial de um *site* pode ser acessada por uma pesquisa em um buscador. Além disso, por meio de uma análise atenta, não é necessário nem abrir o *link* da notícia para poder checar tais critérios.

Pode ser considerado como exemplo de nível intermediário, sob a averiguação citada, os itens 4 e 7. Isso porque o usuário precisaria ter o conhecimento de normas técnicas de diagramação, bem como fazer a pesquisa para conhecer o currículo dos especialistas da área citada na notícia. Até mesmo os portais de notícias de maior notoriedade comumente divulgam uma pesquisa científica, sem citar a URL da fonte. Além disso, pode ser atribuída uma informação a um pesquisador de forma equivocada e para verificar isso seria necessário realizar uma busca na literatura científica.

Por último, pode-se considerar os itens 8 e 10. O item 8 pelo fato de que o usuário teria que fazer buscas na internet, precisando ter conhecimento e prática de

pesquisa no meio digital. O último item, por sua vez, porque o leitor precisaria ter habilidade com relação aos critérios de confiabilidade de uma informação publicada.

Como ação de combate a *fake news* por parte da rede social estudada, vale lembrar do ocorrido em 2018, quando o *Facebook* bloqueou 196 páginas e 87 perfis pessoais, sob a acusação de desinformação. Portanto, conforme apresentado nessa seção, o próprio *Facebook* reconhece o significativo número de notícias falsas que circulam nessa rede social. As *fake news* comumente são difundidas em forma de memes.

Hoje, o termo *meme* é popularmente conhecido no senso comum, no entanto a origem da palavra ainda é desconhecida para os leigos. Silva e Tomaél (2004, p. 4) observaram que a aceleração da informação, promovida pela internet, trouxera uma mudança de modo que “[...] caracterizavam-se como mimese, mutação e flexibilidade”, acarretando mudanças radicais nos meios de comunicação tradicionais. Propagado pelas redes sociais, o *meme*, assim como o *gene*, carrega consigo determinado tipo de informação de maneira sintetizada.

Originalmente, o termo vem do grego “*mimeme*”, que tem a mesma raiz de mimese, significando “imitação”. (DAWKINS, 1979). Alguns pesquisadores, notavelmente Recuero (2011) e Gleick (2013), direcionam o conceito de *meme* apontado por Dawkins (1979) para a perspectiva das redes sociais. De acordo com os autores, o meme compartilhado nas redes sociais caracteriza-se por ter a finalidade de transmitir uma informação por meio de uma linguagem que pode ser facilmente compreendida. O objetivo dos memes é atingir o maior público possível, disseminando de forma rápida determinado assunto.

Isso pode ser verificado no fato de que nas redes sociais os memes têm sido, por si só, considerados como informação. Comumente, todo o tipo de informação (atualidades, leis etc.) é reproduzido por memes, de maneira extremamente resumida e sem revelar a fonte. Esse tipo de mecanismo de disseminação da informação, inclusive, está sendo mais lido do que as notícias originais, conforme mostram os estudos de Lemos, (2013), Gabelkov et al. (2016) e Vilicic (2017).

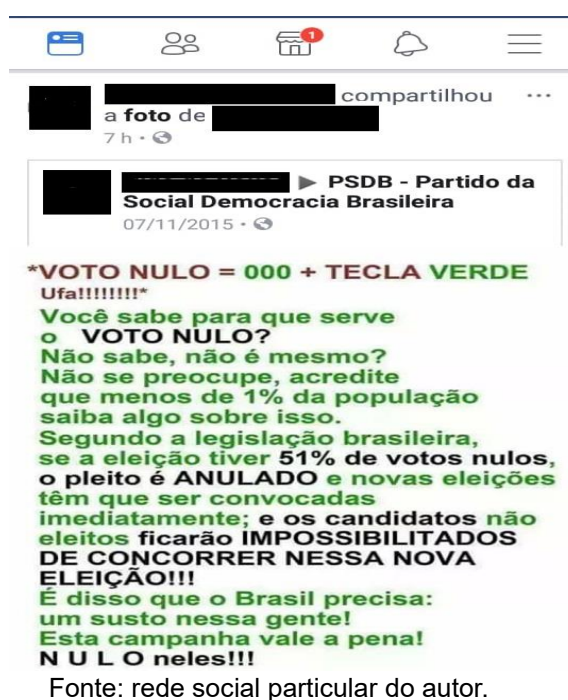
Para Gleick (2013), são exemplos de manifestações de memes as ideias, as frases de efeito e as imagens. Na época de Dawkins (1979), os memes eram transmitidos de maneira relativamente lenta, pelo que é conhecido como “boca a boca”. Atualmente, entretanto, os memes são espalhados instantaneamente por meio das redes sociais.

É inegável, portanto, a semelhança entre ideia central da analogia de Dawkins entre genes com os memes e pode ser feita entre os memes difundidos, contemporaneamente, nas redes sociais. O meme deve ser apurado não apenas com relação às ideias concretizadas e que sobrevivem há gerações, como também com os acontecimentos da atualidade: as notícias da internet que tornam-se virais.

Os usuários são potenciais propagadores de memes nas redes sociais. Gleick (2013) observa que, no lançamento da segunda edição de “O gene egoísta”, Dawkins acrescentou que “Era perfeitamente previsível que também os computadores eletrônicos viessem, por fim, a servir de hospedeiros para padrões autorreplicantes de informação.”. (DAWKINS, 1989, p. 197 *apud* GLEICK, 2013, p. 327). Já na década de 1980, portanto, o autor havia previsto o fato de que um computador seria um potente disseminador de memes.

À proporção em que aumenta o fluxo de informação para uma conectividade cada vez maior de indivíduos, de maneira mais rápida os memes evoluem e se propagam, atingindo conseqüentemente um número maior de pessoas. A figura 1 ilustra um exemplo de notícia falsa em forma de meme.

Figura 1 - *Fake news* em forma de meme



O meme ilustrado na figura 1 confunde o leitor. Em primeiro lugar, ele mostra que tem a intenção de explicar uma lei para o leitor desavisado. No caso, o assunto é

a nulidade da eleição. No entanto, há equívocos. Conforme aponta Santos (2018), a nulidade a que se refere o Código Eleitoral decorre da constatação de fraude nas eleições, como, por exemplo, eventual cassação de candidato eleito condenado por compra de votos. Portanto, ocorre diante de um caso que nada tem a ver com o voto nulo (000 + tecla “confirma”), conforme mostrado nesse meme, que tem por objetivo influenciar na escolha do eleitor.

A postagem vem de um grupo do *Facebook*, que tem milhares de pessoas. É exemplo de meme que está propagando *fake news* e desinformando os leitores. Quando é visto o compartilhamento desse tipo de meme por alguém que faz parte do círculo de contatos (familiares, amigos, vizinhos etc.) ou por algum membro de um grupo do *Facebook* (como é o caso da figura 1), o qual tem o propósito de unir indivíduos com um mesmo propósito, o usuário tem a tendência a não desconfiar. Portanto, ocorrem casos em que as pessoas pensam estar se informando, porém ocorre um efeito contrário.

Vale ressaltar que o meme em si não é o problema nas redes sociais, o que prejudica é quando há uma *fake news* em forma de meme. O ideal é deixar a informação sintetizada no meme, acompanhada de uma legenda que conduz até a fonte de informação primária. Exemplo disso é o trabalho feito na página oficial do Senado Federal no *Facebook*, ilustrado no figura 2.

Figura 2 - meme ideal

O desaparecimento de pessoas é um problema grave, que atinge milhares de famílias no Brasil. O sumiço repentino afeta o círculo social dos desaparecidos e seus parentes, deixando muitas perguntas sem respostas. Conheça a página sobre pessoas desaparecidas do Senado Federal: <http://www.senado.leg.br/senado/hotsites/desap>.
Veja a íntegra da Lei 11.259/2005: bit.ly/11JCjW5.



Fonte: Senado Federal. (2018).

A figura 2 trata-se de um meme que divulga a lei 11.259, conhecida como a Lei da Busca Imediata. Tal divulgação é feita por meio de uma chamada em destaque. Em seguida, há um esclarecimento acerca da lei citada. Ademais, na descrição do meme, é feito um breve relato para exemplificar essa questão, acompanhado do *link* de uma página do próprio Senado Federal sobre pessoas desaparecidas, bem como do texto da Lei na íntegra. Portanto, trata-se de um meme verossímil, informativo e elucidativo.

2.2 Fake news

As *fake news* são um efeito negativo da informação. Tratam-se de informações noticiosas que possuem parte ou todo seu conteúdo inverídico. (PAULA; SILVA; BLANCO, 2018).

Suspeita-se que a disseminação de notícias falsas tenha contribuído para a vitória de Donald Trump nas eleições presidenciais estadunidenses, em 2015. (LAPOWSKI, 2016). O contexto das eleições presidenciais nos Estados Unidos foi um

dos motivos pelo qual o departamento responsável pelos dicionários da *Oxford University* nomeou o termo pós-verdade (*post-truth*) como a palavra de 2016. (OXFORD, 2016). O referido dicionário define a pós-verdade como as “[...] circunstâncias nas quais os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal”. (OXFORD, 2018, tradução nossa) .Vale ressaltar que a desinformação é um tipo de *fake news*.

Nesse sentido, Paula, Silva e Blanco (2018) lembram que pode também ser *fake news* o fato de induzir o autor do conteúdo, por meio do título ou por frases de efeito, a uma interpretação que conduza a compreensões falsas sobre fatos apresentados.

Tendo em vista a importância do tema, a associação de bibliotecários IFLA divulgou algumas dicas para detectar as notícias falsas, como pode ser visualizado na figura 3.

Figura 3 – dicas da IFLA de como identificar notícias falsas



Fonte: IFLA (2018b).

Embora a figura 3 traga boas dicas vale ressaltar, entretanto, que essa certificação de veracidade não se trata de uma ação simples. De acordo com Moretzsohn (2017, p. 302): “A obtenção de informações relevantes exige competência e dedicação específicas: não é algo diletante ou eventual que o cidadão comum

envolvido em seus afazeres e preocupado com a própria sobrevivência possa realizar.”. Corroborando com a autora, Oliveira e Souza (2018, p. 3) observam que

A educação formal de poucas décadas atrás centrava a aprendizagem em coleta de dados e sínteses genéricas, modelo este incompatível com a atualidade, que exige um esforço crítico de tamanho semelhante à complexa rede de informação que se remodela constantemente.

De acordo com os autores mencionados, revela-se uma lacuna que o bibliotecário pode preencher, com sua visão crítica com relação às fontes de informação confiáveis, para que se busquem caminhos para diminuir a propagação de todos os tipos de *fake news*.

O relatório europeu sobre *fake news* classifica as *fake news* em três tipos. Até o momento, são definições que são compreendidas somente em língua inglesa, pois vale ressaltar que diferem somente no prefixo: *mis*-information, *dis*-information e *mal*-information. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017). Dentre os três termos mencionados, no Brasil, há discussão na literatura e tradução somente para *dis*-information (desinformação). Com o objetivo de melhor compreender esses conceitos, será apresentado esses tipos de *fake news* do relatório mencionado, utilizando a literatura científica e o relatório europeu sobre *fake news* como base.

A *mis*-information difere da desinformação pelo fato de nem sempre ser inverídica propositalmente, portando não é criada com o propósito de causar dano a algo ou alguém. Isso ocorre recorrentemente no jornalismo. De acordo com Wardle e Derakhshan (2017, tradução nossa), a forma como é veiculada uma notícia na mídia, depende da bagagem histórica, cultural, social etc. do responsável por publicar a informação e isso faz com que uma mesma notícia seja publicada de maneira distinta.

A desinformação (*dis*-information), de acordo com Pinheiro e Brito (2014), é o ruído ou ausência de informação, feita de maneira intencional, para enganar um grande número de pessoas. Constituída por complexo conjunto de ações a fim de construir um cenário intencionalmente estipulado, a

Desinformação envolve informação descontextualizada, fragmentada, manipulada, retirada de sua historicidade, tendenciosa, que apaga a realidade, distorce, subtrai, rotula ou confunde. A desinformação não é necessariamente falsa; muitas vezes, trata-se de distorções ou partes da verdade. (BRISOLA; BEZERRA, 2018, p. 3319).

A figura 1 tem as características de desinformação. A figura 4, a seguir, também apresenta esses aspectos.

Figura 4 – meme em forma de desinformação



Fonte: TALAVEIRA (2013).

A figura 4 é uma crítica ao auxílio-reclusão, que é um benefício assegurado pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), entretanto esse meme é um julgamento falso, uma desinformação. Para perceber comprovar essa afirmação, basta fazer uma breve pesquisa ao *site* do INSS, onde estão disponíveis orientações acerca do Auxílio-Reclusão. Quem recebe o auxílio é a família (cônjuge ou companheira, filhos, pais e irmãos) com a condição de dependência do recluso, e não o detento. Além disso, há algumas variáveis que definem o cálculo do valor do benefício e essa quantia final não necessariamente será maior que o salário-mínimo no Brasil. (MINISTÉRIO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL, 2018).

A *mal-information* é feita com base na concepção do comunicador acerca de determinado assunto. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, tradução nossa). Esse tipo de notícia trata, geralmente, de rumores sobre alguma situação emergente na atualidade e o compartilhamento é feito com a intenção de ajudar. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, tradução nossa). Um exemplo disso é a greve dos caminhoneiros, ocorrida em maio de 2018, no Brasil, motivada pelo constante aumento do diesel e outras reivindicações. (ANJOS, 2018). No início do mês de setembro de 2018, muito foi compartilhado sobre uma nova greve que a categoria mencionada estava organizando e que a população deveria se preparar para isso.

(BARBIÉRI; CAESAR, 2018). Dias depois, entretanto, a liderança da classe dos caminhoneiros divulgou uma nota esclarecendo que não haveria outra greve.

De acordo com o exposto o *Facebook*, juntamente com as demais redes sociais, intensificaram a disseminação de *fake news*, que é manifestada em diferentes tipos. Portanto, primeiro, é preciso conhecer sobre o tipo de informação que causa prejuízo a alguém ou a alguma instituição. Somente identificando-a, com precisão, é que pode ser combatida.

3 METODOLOGIA

Severino (2007, p. 118) observa que existem “[...] várias modalidades de pesquisa que se pode praticar, o que implica coerência epistemológica, metodológica e técnica, para o seu adequado desenvolvimento.”. Assim sendo, esta seção tem a finalidade de apresentar os procedimentos pelos quais a pesquisa foi realizada.

Esta seção apresenta a metodologia utilizada no trabalho, a saber: o campo empírico e instrumento de pesquisa, a abordagem, a natureza, os procedimentos de coleta de dados a forma como os dados foram apresentados.

3.1 Campo empírico e instrumento de pesquisa

Esta pesquisa tem como campo empírico a FURG, que é uma instituição federal de ensino superior, localizada em Rio Grande, Rio Grande do Sul.

O ensino superior em Rio Grande teve início na Bibliotheca Rio-Grandense.

Em 24 de maio de 1955, pelo Decreto nº 37.378, foi autorizado o funcionamento da Escola de Engenharia Industrial, reconhecida pelo Decreto nº 46.459, de 18 de julho de 1959, e federalizada pela Lei nº 3.893, de 2 de maio de 1961, como estabelecimento isolado. (FURG, 2018).

Em 1970, foi criado o curso de graduação de maior notoriedade da FURG: Oceanologia. (FURG, 2018). Segundo Novo (2004, p. 81), sobre a criação de curso voltado ao potencial da localização geográfica:

A influência estuarina da Laguna dos Patos e do Oceano Atlântico que forjou o crescimento de um significativo polo de pesca artesanal e industrial, assim como de uma indústria pesqueira das mais expressivas do país, destacando-se já na década de 70 como o maior porto pesqueiro pelos volumes de pescado aqui desembarcados e pela capacidade das indústrias aqui instaladas, impulsionou a ideia de criação de um curso de Oceanologia.

Esse também foi o primeiro curso de Oceanologia no Brasil da modalidade graduação. (KRUG, 2008).

A visão da FURG é atingir a “[...] consolidação sua imagem nacional e internacional como referência em educação, desenvolvimento tecnológico e estudo dos ecossistemas costeiros e oceânicos.”. (FURG, 2011, p. 5). Seu propósito, portanto, é de valorizar o ambiente em que a universidade está situada.

A missão da FURG é “[...] promover o avanço do conhecimento e a educação plena com excelência, formando profissionais capazes de contribuir para o desenvolvimento humano e a melhoria da qualidade socioambiental”. (FURG, 2011, p. 5).

Em 2007, foi criado, pelo Governo Federal, o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI), que é um dos programas que integram o Plano de Desenvolvimento do Estudante (PDE). Nesse período, na FURG houve aumento de cursos ofertados e número de vagas para os cursos já existentes. A meta desse projeto era de dobrar, em 10 anos, o número de estudantes de graduação da rede pública. (MEC, 2007).

Os universitários da FURG são os sujeitos desta pesquisa. Cinco campus compõem essa universidade: dois em Rio Grande (um localizado no bairro Carreiros e outro no bairro Centro), um em São Lourenço do Sul, um em Santa Vitória do Palmar e um em Santo Antônio da Patrulha. Ademais, há 22 polos administrados pela Secretária de Educação à Distância (SEAD). A FURG oferta 24 cursos de especialização, 17 cursos de mestrado e 13 de doutorado. Em 2016, para os curso de graduação, houve o total de 40.943 candidatos para preencher 2.642 vagas. (FURG, 2017).

Com o objetivo de recolher informações, o questionário foi utilizado como instrumento de pesquisa. Severino (2007, p. 125) define o questionário como “[...] um conjunto de questões, sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações escritas por parte dos sujeitos pesquisados, com vistas a conhecer a opinião dos mesmos sobre assuntos em estudo.”.

O questionário foi aplicado na Biblioteca do campus Carreiros, denominada Biblioteca Central da FURG. Embora o questionário seja impresso e aplicado em um dos campus situados em Rio Grande, existe a possibilidade de estudantes de outros campus estarem presentes no dia da coleta de dados e participarem da pesquisa. A referida biblioteca, por ser oportunidade central de pesquisa, é um espaço aberto à comunidade universitária e sociedade.

Essa enquête foi aplicada em formato impresso e foi composta por 10 perguntas, das quais cinco são questões abertas e cinco são questões fechadas. Foram dirigidos quatro questionários para cada turno, totalizando o número de 12 respondentes.

3.2 Abordagem de pesquisa

Foi realizado um estudo de caso. Para Gil (1999, p. 72), este é um “[...] estudo profundo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado [...]”.

Esta pesquisa é qualitativa, pois buscou-se traduzir as respostas dos pesquisados em conceitos. Segundo Di Chiara (2005), esse tipo de abordagem ocupa lugar de destaque entre os diversos estudos acerca dos fenômenos inerentes ao ser humano e suas relações sociais. Portanto, as conclusões têm significativo valor interpretativo e subjetivo.

Teixeira (2014) aponta as diferenças desta abordagem com relação à pesquisa quantitativa, dentre as quais destaca-se: (a) a maior importância do contexto da pesquisa; (b) a maior proximidade do pesquisador em relação aos fenômenos estudados e (c) a maior concepção do pesquisador interno à organização do trabalho.

Em virtude desta abordagem ser rica em detalhes, ela pode fornecer informações contextuais que podem servir até mesmo como fundamento para pesquisas explicativas mais desenvolvidas. (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2014). Por fim, vale ressaltar que a qualificação é mais adequada para explorar a temática do presente trabalho.

3.3 Natureza de pesquisa

Este projeto busca apresentar as características de um determinado grupo e explicar acerca de um determinado tema, com o objetivo de acrescentar ao conhecimento científico. A pesquisa propõe verificar as características dos alunos da FURG, com relação ao compartilhamento de informação pelas redes sociais. Diante dessas constatações, verifica-se que a natureza do presente trabalho é básica, não havendo aplicação prática prevista em novas pesquisas.

3.4 Objetivos de pesquisa

De acordo com os objetivos, a presente pesquisa é descritiva. Foi feita uma pesquisa, com o objetivo de somente descrever e interpretar uma realidade, sem nela interferir. (APPOLINÁRIO, 2006). Além disso, se tem como objetivo a descrição de

determinada população e a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis e estudar as características de um grupo. (GIL, 2002). Assim sendo, planejou-se somente levantar informações acerca do tema selecionado. (SEVERINO, 2007, p. 123).

3.5 Procedimentos de coleta de dados

Conforme Appolinário (2006), coletar de dados significa obter informações necessárias para a pesquisa. Para o autor, o trabalho só pode ser realizado mediante alguma técnica ou instrumento de pesquisa.

De acordo com Deslauriers e Kérisit (2014), é comum a pesquisa qualitativa também recorrer à amostra. O usuário da biblioteca será escolhido de maneira aleatória. Está assegurado que o indivíduo nunca teve nenhuma relação pessoal com o autor, com vistas à imparcialidade nas respostas.

Como foi utilizado um questionário para coleta de dados, em junho de 2018 foi aplicado o pré-teste a fim de verificar a qualidade desse instrumento de pesquisa. Para isso, cinco pessoas foram convidadas a responder as questões.

De acordo com Gil (1999), o pré-teste é uma prova preliminar do questionário, com o qual tornam-se claras possíveis falhas nas questões.

Colocando em prática os instrumentos de pesquisa, o pré-teste foi aplicado em junho de 2018. Com essa verificação prévia, puderam ser percebidas as ambiguidades das questões do questionário. Os erros foram corrigidos e alguns detalhes foram acrescentados. Ressalta-se que os sujeitos que participaram do pré-teste não foram alvo da coleta de dados efetiva.

O passo a passo para a realização da coleta de dados será designado a seguir:

- a) Realizou-se o pré-teste do instrumento de pesquisa, com amostra aleatória de sujeitos, dentro do campo empírico;
- b) Remodelou-se o instrumento de pesquisa, de acordo com as necessidades que forem verificadas;
- c) Identificou-se os acadêmicos na Biblioteca Central da FURG, escolhendo o estudante de forma aleatória, convidando-os a responder ao questionário;
- d) Decidiu-se que o questionário seria aplicado a quatro pessoas durante o período de intervalo em cada turno (matutino, vespertino e noturno), totalizando 12 respondentes.

- e) aplicou-se os questionários;
- f) tabulou-se os dados coletados em planilhas, de acordo com o tipo de questão (aberta ou fechada).

3.6 Apresentação e análise dos dados

A apresentação dos dados foi feita por meio de quadros, tabelas, gráficos e tabulações.

Os elementos qualitativos foram tabulados. Para Markoni e Lakatos (2007, p. 150 grifo nosso), a tabulação “É a disposição dos dados em tabelas, possibilitando maior facilidade na verificação das *interrelações* entre eles.”. Facilita, portanto, a visualização dos dados e, por consequência, sua interpretação.

A análise de dados pretendeu responder aos objetivos específicos propostos e seguiram as seguintes etapas:

- a) Relacionar a frequência do acesso à rede social com os tipos de informações recebidas e compartilhadas;
- b) Identificar em quais casos os usuários sentem necessidade de verificar ou não a fonte da informação que compartilham;
- c) Investigar quais critérios norteiam, quando usam, as fontes de informação versus o tipo de informação;
- d) Discriminar se há percepção sobre a notícia falsa e qual a tomada de decisão diante disso.

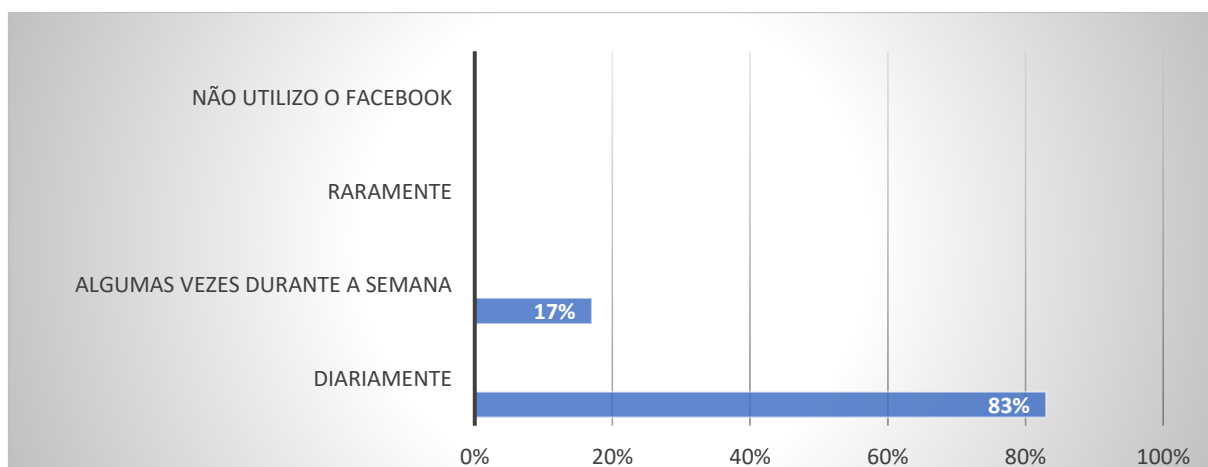
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados apresentados nessa seção são organizados de acordo com as etapas exibidas nos objetivos específicos e foram adquiridos por meio do questionário. As respostas serão expostas a seguir.

Primeiro, foi observado o nível educacional dos respondentes. Dois pertenciam a cursos de mestrado e 10 a cursos de graduação da FURG.

Dentre os 12 respondentes, nove eram nascidos em 1993 ou depois e três eram nascidos de 1979 a 1992. Portanto, predomina a participação de jovens, público que têm o hábito de utilizar redes sociais digitais e de maneira constante, como apontam os entrevistados, que têm conta e utilizam o *Facebook* com frequência, conforme pode ser observado na figura 5.

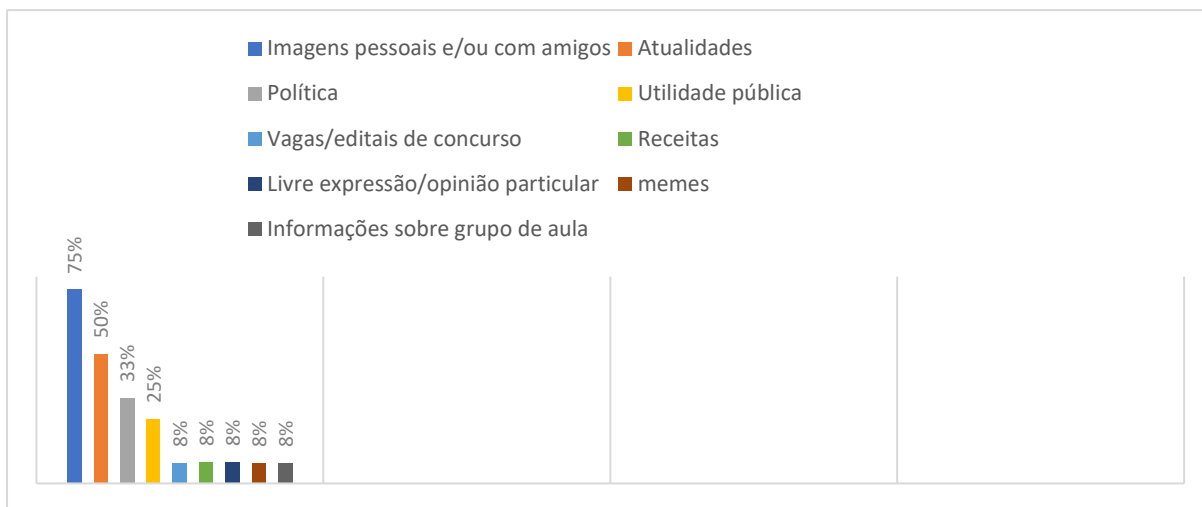
Figura 5 – Distribuição dos alunos conforme frequência de acessos no *Facebook*, FURG 2018 (n=12)



Fonte: dados da pesquisa

A figura 6, por sua vez, representa o tipo de conteúdo compartilhado pelos respondentes. Se for feita a soma, haverá um resultado acima de 100 pontos percentuais, porque cada respondente teve a possibilidade de marcar mais que uma alternativa.

Figura 6 – informação compartilhada pelos universitários (n=12)

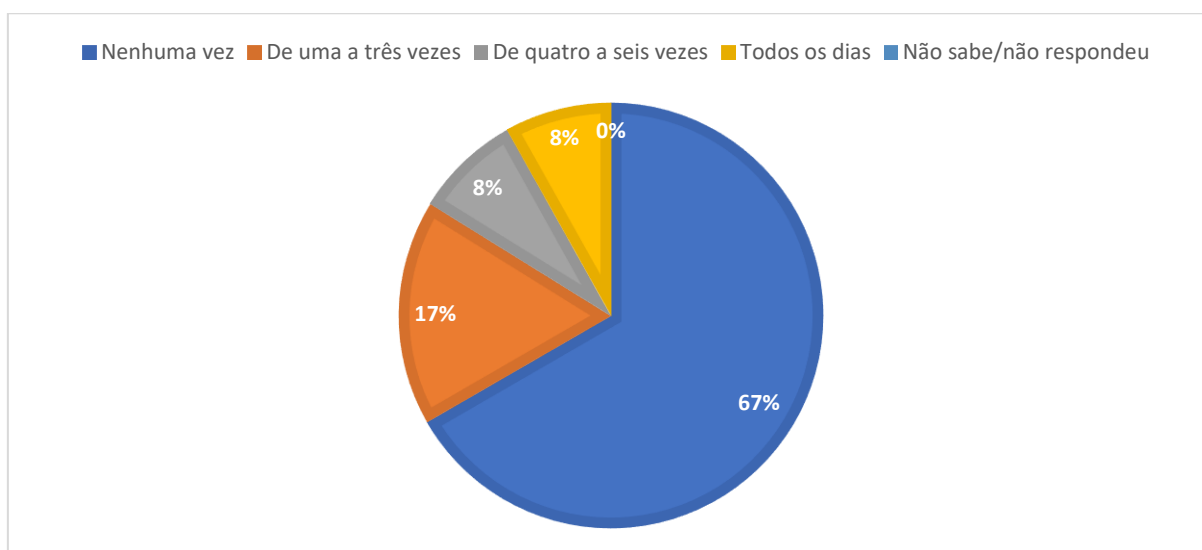


Fonte: dados da pesquisa

Com base na figura 6, fica evidente que os indivíduos ainda preferem postar imagens pessoais e/ou com amigos. Entretanto, vale também destacar metade das pessoas admite compartilhar atualidades e um em cada três compartilha assuntos atuais e questões políticas.

Um em cada três dos entrevistados admitiu realizar ao menos um compartilhamento por semana. A figura 7 representa esses dados.

Figura 7 – Frequência de compartilhamentos



Fonte: dados da pesquisa

Conforme é mostrado na figura seis, 33% dos universitários compartilham algum tipo de informação na sua rede social. Vale ressaltar que cada notícia compartilhada possui chances de ser visualizada por um número significativo de indivíduos, que pertencem a rede de contatos do indivíduo.

Na questão que se referia a quais casos esses usuários do Facebook verificam as informações recebidas, quanto à veracidade, destaca-se uma resposta que afirmava buscar pelo *site* que originou a notícia, com o fim de saber se a fonte é confiável. Quanto aos critérios utilizados para considerar uma fonte confiável, foram citados *sites* que são considerados confiáveis. Como geradores de conteúdo de confiança, foram citados portais de grande porte nacional (IPEA, IBGE, por exemplo) e internacional (BBC, El País, por exemplo).

Quando questionadas sobre a questão de já ter ouvido falar sobre o termo *fake news*, absolutamente todos os questionados afirmaram já conhecer essa expressão. Dentre os lugares que eles ouviram falar sobre esse termo, foi citada a própria internet, com destaque às redes sociais.

Os questionados foram indagados quanto a atitude que tomariam no caso de perceber uma notícia falsa no *Facebook*, 83% dizem que ignoram. Apenas uma parcela mínima, representando 17%, disse que denuncia como notícia falsa ou que comenta avisando o erro do autor da postagem e postando o *link* com a informação verídica.

Ao serem questionados sobre os critérios utilizados na escolha de publicações, os respondentes preencheram respostas como: utilidade para os amigos, importância da postagem, posição ideológica/política e algum assunto que promova a reflexão e pensamento crítico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A disseminação de *fake news*, impulsionada no século XXI pelas redes sociais digitais, é um problema significativo. Num primeiro momento, o senso comum tende a considerar que as redes sociais impulsionaram o acesso à informação, democratizando-a. Porém, observa-se certo declínio da qualidade e da confiabilidade. Isso representa a importância dos estudos sobre *fake news* para identificar em que sentido pode ser melhorada a qualidade dessa informação que chega até o usuário.

O presente estudo teve a finalidade de verificar se os acadêmicos da FURG se certificam das informações que compartilham na rede social *Facebook*. Ele se originou da reflexão do autor com relação ao significativo número de notícias falsas que circulam no meio digital, bem como da percepção que existe um número limitado de pesquisas sobre essa temática no campo da Biblioteconomia, existindo uma lacuna que precisa ser preenchida por pesquisadores da área mencionada. Visto que é uma área de estudo especializada em fontes de informação, é notório que a Biblioteconomia tem o potencial de contribuir para esse debate.

Importante dizer que ocorreram algumas situações inesperadas no decorrer do trabalho, o que fez com que houvessem relativamente poucos questionários aplicados e, conseqüentemente, poucas respostas para representar um estudo mais preciso. Ainda assim, esse trabalho tem a pretensão de destacar a importância do papel do bibliotecário na temática aqui discutida, bem como de demonstrar e entender, de maneira abrangente, o comportamento informacional dos universitários no *Facebook*.

Com base nas respostas, percebe-se que os universitários depositam credibilidade apenas aos portais mais conhecidos. Eles não tendem a questionar as informações. A contestação é feita apenas com relação à fonte. Questionar somente a instituição que está publicando a informação é um critério insatisfatório de verificação. Conforme foi discutido na revisão de literatura, os jornais tradicionais também podem cometer erros e publicar informação falsa. Além de não utilizarem o método científico, é comum os casos de uma informação ser publicada somente pelo fato de estar de acordo com a linha editorial. Portanto, os jornais têm o risco de cometer falhas, publicando algum tipo de *fake news*.

Diante disso, os universitários precisam utilizar critérios para analisar as informações que são publicadas, já que foi percebido que não usam critérios científicos ao lidar com uma informação no *Facebook*.

Os questionados disseram conferir se a notícia é verídica, averiguando se a informação se encontra nesses portais. Por outro lado, positivamente, não foram citadas mídias independentes e portais informais como fonte de informação de nenhum desses acadêmicos. Entretanto, dividi-se em cerca de 50% dos acadêmicos que utilizam a rede social *Facebook* apenas como distração e interação social e outros 50% para se informar. Isso mostra que os acadêmicos investigados utilizam o *Facebook* como fonte de informação.

Sugere-se, como pesquisas futuras, um mesmo estudo aplicado fora do ambiente universitário, para que se descubra o comportamento informacional do cidadão comum nas redes sociais. Isso permite que seja feito um comparativo acerca de dois grupos de pessoas com nível educacional distinto.

REFERÊNCIAS

ANJOS, Lislaine dos. Representante de caminhoneiros em MT diz que greve não se resume à redução do diesel e cita outras reivindicações. **G1**, Mato Grosso, 24 maio 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/mt/mato-grosso/noticia/representante-de-caminhoneiros-em-mt-diz-que-greve-nao-se-resume-a-reducao-do-diesel-e-cita-outras-reivindicacoes.ghtml>. Acesso em: 12 nov. 2018.

APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência**. São Paulo: Thomson, 2006.

BARBIÉRI, Luiz Felipe; CAESAR, Gabriela. Entidades de caminhoneiros se posicionam contra nova paralisação. **G1**, Rio de Janeiro, 02 set. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/09/02/entidades-de-caminheiros-se-posicionam-contr-nova-paralisacao.ghtml>. Acesso em: 23 set. 2018.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social. **Auxílio-reclusão**. Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), 5 nov. 2018. Disponível em: <https://www.inss.gov.br/beneficios/auxilio-reclusao/>. Acesso em: 11 nov. 2018.

_____. Senado Federal. Conselho de comunicação terá Comissão para estudar projetos sobre notícias falsas. **Senado Notícias**, Brasília, DF, 14 mar. 2018. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2018/03/05/conselho-de-comunicacao-tera-comissao-para-estudar-projetos-sobre-noticias-falsas>. Acesso em: 9 jun. 2018.

_____. Senado Federal. **Não é preciso esperar 24 horas para dar queixa**. @senadofederal, 08 nov. 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/SenadoFederal/photos/a.176982505650946/2475876132428227/?type=3&theater>. Acesso em: 11 nov. 2018.

BRISOLA, Anna; BEZERRA, Arthur Coelho. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB, 19., 2018, Paraná. **Anais [...] Paraná: ANCIB**, 2018. Disponível em: <http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIXENANCIB/xixenancib/paper/view/1219>. Acesso em: 12 nov. 2018.

BRITO, Vladimir de Paula. PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. Poder informacional e desinformação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB, 16., 2015, João Pessoa. **Anais [...] João Pessoa: ANCIB**, 2015. Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/view/2677>. Acesso em: 30 abr. 2018.

COSTA, Daiane Damasceno Pereira; COSTA, Leandro Inácio Pereira. Cinco documentos falsos que influenciaram a história do mundo. **Youtube**. 18 dez. 2015. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-2_-1YJkkZs. Acesso em: 29 maio 2018.

DAHLSTROM, Eden et al. ECAR: national study of undergraduate students and information technology, 2011. **EDUCAUSE**: center for applied research, 2011.

Disponível em:

<https://library.educause.edu/resources/2011/10/~media/files/library/2011/10/ers1103w-pdf.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2018.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Itatiaia, 1979.

DESLANDES, Suely Ferreira. O projeto de pesquisa como exercício científico e artesanato intelectual. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 31-60.

DESLAURIERS, Jean-Pierre; KÉRISIT, Michèle. O delineamento de pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. 4. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014, p. 127-153.

DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Grupo em Foco. In: VALENTIM, Marta Lígia Pomim. (Org.). **Métodos qualitativos de pesquisa em Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 2005, p. 101-117.

FACEBOOK. **Dicas para identificar notícias falsas**, 2017. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/188118808357379>. Acesso em: 09 jun. 2018.

_____. **102 milhões de brasileiros compartilham seus momentos no Facebook todos os meses**, 16 abr. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/dUfUXX>. Acesso em: 29 mar. 2018.

GABIELKOV, Maksym et al. Social clicks: what and who gets reader on Twitter? **Acm Sigmetrics**. Juan-les-Pins, v. 4, n. 1, p. 179-192, jun. 2016. Disponível em: <https://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2896377.2901462>. Acesso em: 18 maio 2018.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLEICK, James. Um mergulho no caldo dos memes. In: _____. **A informação**: uma história, uma teoria, uma enxurrada. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **PNAD Contínua TIC 2016**: 94,2% das pessoas que utilizaram a Internet o fizeram para trocar mensagens, 10 abr. 2018. Disponível em: <https://goo.gl/NV8U3R>. Acesso em: 10 jun. 2018.

INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS (IFLA). **Colloquium on Fake News and Disinformation Online**, 13 abr. 2018a. Disponível em: <https://www.ifla.org/ES/node/28963>. Acesso em: 9 jun. 2018.

_____. **How to spot to fake news**, 28 fev. 2018b. Disponível em: <https://www.ifla.org/ES/node/11174>. Acesso em: 13 jun. 2018.

KATAGUIRI, Kim. Afinal, nazismo é de esquerda ou de direita? **Youtube**. 21 ago. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kWzI-6R0hrg>. Acesso em: 24 set. 2018.

KOEHLER, Wallace. An analysis of web page and web site constancy and performance. **Journal of the American Society for Information Science**, North Carolina, v. 50, n. 2, p. 162-180, jan./fev. 1999. Disponível em: <https://goo.gl/r7AuuN>. Acesso em: 29 maio 2018.

LAPOWSKI, Issie. Here's how Facebook actually won Trump the presidency. **Wired**, 2016. Disponível em: <https://www.wired.com/2016/11/facebook-won-trump-election-not-just-fake-news/>. Acesso em: 30 abr. 2018.

LEITE, Leonardo Ripoll Tavares; MATOS, José Cláudio Morelli. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. São Paulo, v. 13, n. esp., p. 2334-2349, 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918>. Acesso em: 29 abr. 2018.

LE MOS, Ronaldo. Nas redes sociais, internautas praticamente só leem o título das postagens. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 23 set. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/LRS2pd>. Acesso em: 16 maio 2018.

LOPES, Eliezer Mendes. **Produção e colaboração científica em ciências jurídicas: análise das publicações de docentes do Rio Grande do Sul**. 2015. TCC (Graduação em Biblioteconomia) – Instituto de Ciências Humanas e da Informação, Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2015. Disponível em: <http://repositorio.furg.br/handle/1/6030>. Acesso em: 11 nov. 2018.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARÍN DÍAZ, Verónica; SAMPEDRO REQUENA, Begoña Esther; MUÑOZ GONZALEZ, Juan Manuel. ¿Son adictos a las redes sociales los estudiantes universitarios? **Revista Complutense de Educación**. Madrid, v. 26, n. esp., p. 233-251, 2015. Disponível em: <http://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/46659/45941>. Acesso em: 10 nov. 2018.

MARTELETO, Regina Maria; TOMAÉL, Maria Inês. A metodologia de análise de redes sociais. In: VALENTIM, Marta Lúcia Pomim. (Org.). **Métodos qualitativos de pesquisa em Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 2005, p. 81-100.

MINISTÉRIO da Educação (MEC). **Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni)**. Brasília, DF: MEC, 2007. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/reuni-sp-93318841>. Acesso em: 18 jun. 2018.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. "Uma legião de imbecis": hiperinformação, alienação e o fetichismo da tecnologia libertária. **Liinc em Revista**. Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 294-306, jul./dez. 2017. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4088>. Acesso em: 29 abr. 2018.

NEHMY, Rosa Maria Quadros; PAIM, Isis. A desconstrução do conceito de "qualidade da informação". **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 27, n. 1, p. 36-45, jan. abr. 1998. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/817/849>. Acesso em: 13 maio 2018.

NOVO, Luciana Florentino. **Importância da Fundação Universidade Federal do Rio Grande (FURG) no desenvolvimento econômico-social do município do Rio Grande**: estudo de caso. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/87471>. Acesso em: 30 maio 2018.

OLIVEIRA, Maria Lívia Pacheco; SOUZA, Edivanio Duarte. A competência crítica em informação no contexto das *fake news*: os desafios do sujeito informacional no ciberespaço. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB, 19., 2018, Paraná. **Anais [...]** Paraná: ANCIB, 2018. Disponível em: <http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIXENANCIB/xixenancib/paper/viewFile/1118/1829>. Acesso em: 12 nov. 2018.

OXFORD Dictionaries. Word of the year: post-truth. **OXFORD**, 2016. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em: 30 abr. 2018.

_____. Dicionário online. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>. **OXFORD**, 2018. Acesso em: 13 nov. 2018.

PAULA, Lorena Tavares de; SILVA, Thiago dos Reis Soares; BLANCO, Yuri Augusto. Pós-verdade e fontes de informação: um estudo sobre fake news. **Revista Conhecimento em Ação**, v. 3, n. 1, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/rca/article/view/16764>. Acesso em: 23 Set. 2018.

PINHEIRO, Marta Macedo Kerr; BRITO, Vladimir de Paula. Em busca do significado da desinformação. **DataGramZero**: revista de Ciência da Informação, v. 15, n. 6, p. 1-5, nov./dez. 2014. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/v/a/16135>. Acesso em: 22 Set. 2018.

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. **On the Orizon**, West Yorkshire, v. 9, n. 5, p. 1-6, set./out. 2001. Disponível em: <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/10748120110424816>. Acesso em: 10 jun. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTOS, Polianna Pereira dos. Voto nulo e novas eleições. **Escola Judiciária Eleitoral**, Brasília, DF, v. 4, n. 3, 2018. Disponível: <http://www.tse.jus.br/o-tse/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-4-ano-3/voto-nulo-e-novas-eleicoes>. Acesso em: 16 jun. 2018.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Terezinha Elisabeth da; TOMAÉL, Maria Inês. Fontes de informação na internet: a literatura em evidência. In: TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. (Orgs.). **Avaliação de fontes de informação na internet**. Londrina: Editora da Universidade Estadual de Londrina, 2004. p. 1-17.

TALAVEIRA, Wesley. Verdades e mentiras sobre o Auxílio-Reclusão. **Blog novas ideias**, 2013. Disponível em: <https://blognovasideias.blogs.sapo.pt/verdades-e-mentiras-sobre-o-251215>. Acesso em: 22 set. 2018.

TEIXEIRA, Elizabeth. **As três metodologias**: acadêmica, da ciência e da pesquisa. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

TOMAÉL, Maria inês et al. Critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na internet. In: _____; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. (Org.). **Avaliação de fontes de informação na internet**. Londrina: Editora da Universidade Estadual de Londrina, 2004. p. 19-40.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE (FURG). **Anuário 2017**. Rio Grande: Editora da FURG, 2017. Disponível em: http://www.acesoainformacao.furg.br/images/boletins/boletim_2017.pdf. Acesso em: 18 jun. 2018.

_____. **Curso de Oceanologia**. Disponível em: <http://www.oceano.furg.br/site/index.php>. Acesso em: 30 maio 2018.

_____. **História**, 2018. Disponível em: <http://www.7seminario.furg.br/sobre-a-instituicao/2-uncategorised/39-historia-furg>. Acesso em: 11 jun. 2018

_____. **Plano Pedagógico Institucional (PPI) 2011-2022**. Rio Grande. Disponível em: <http://www.pdi.furg.br/ppi>. Acesso em: 27 maio 2018.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018. Disponível em: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full>. Acesso em: 10 jun. 2018.

VILICIC, Felipe. Estudo indica que brasileiros leem cada vez menos. Será? **Veja**, São Paulo, 9 fev. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/5xScMR>. Acesso em: 16 maio 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 27 out. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/2TujAt>. Acesso em: 29 maio 2018.

ZATTAR, Marianna. Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação. **Liinc em Revista**. Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 285-293, jul./dez. 2017. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4075>. Acesso em: 29 abr. 2018.

APÊNDICE - QUESTIONÁRIO

Sou discente do curso de Biblioteconomia, da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), e estou desenvolvendo meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) sobre a temática “*Fake news* na rede social digital ‘*Facebook*’”. Quando pronta, essa pesquisa estará disponível em acesso aberto no Repositório Institucional da FURG.

Ao responder este questionário você confirma estar prestando informações verídicas. Caso contrário, poderá acarretar pena do Art. 299 do Código Penal - Decreto Lei 2848/40CP - Decreto Lei nº 2.848 de 07 de Dezembro de 1940 "Art. 299 - Omitir, em documento público ou particular, declaração que dele devia constar, ou nele inserir ou fazer inserir declaração falsa ou diversa da que devia ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre fato juridicamente relevante". Além disso, você concorda que suas respostas serão analisadas. Vale destacar que será preservado o anonimato do entrevistado.

- Estou de acordo
- Não estou de acordo

1) Qual seu curso?

2) Qual sua geração?

- Nascido em 1993 ou depois
- De 1979 a 1992
- De 1965 a 1978
- De 1946 a 1964
- De 1922 a 1945

3) Qual a frequência que você utiliza a rede social *Facebook*?

- Diariamente
- Algumas vezes durante a semana
- Raramente
- Não utilizo o *Facebook*

4) Caso você tenha dito que não utiliza o Facebook, diga o motivo:

5) Se utiliza o *Facebook*, sobre o que trata as suas postagens? (Pode marcar mais de uma alternativa)

- Política
 - Atualidades
 - Famosos
 - Utilidade pública
 - Receitas
 - Vagas/editais de concursos
 - Correntes supersticiosas
 - Informação motivacionais ou de auto ajuda
 - Religião
 - Imagens pessoais e/ou com amigos
 - Livre expressão/opinião particular
- Outros, qual?

6) Nos últimos sete dias, quantas vezes você COMPARTILHOU informação em seu perfil do *Facebook*?

- Nenhuma vez
- De uma a três vezes
- De quatro a seis vezes
- Todos os dias
- Não sabe/ não respondeu

7) Caso você considera que tem hábito de compartilhar um número considerável de postagens no *Facebook*, comente sobre os critérios que utiliza na escolha de publicações. (ex. assuntos que chamam atenção)

8) Se confere a veracidade da informação das publicações que compartilha, como e onde faz isso?

9) Já ouviu falar no termo *fake news* (notícias falsas)? Caso positivo, onde?

10) Caso verifique uma postagem com notícia falsa no *Facebook*, qual a sua atitude:

- Ignora
- Comenta na própria postagem, relatando o erro
- Envia uma mensagem privada para o responsável do compartilhamento
- Inclui na postagem uma reação, por meio de emoji (raiva, choro, risada etc.), indicando a não-concordância.

Outra reação, qual?

Agradecemos a sua participação, respondendo a este questionário. Para demais esclarecimentos, entre em contato pelo e-mail: gilmargomesdebarros@gmail.com
