



PANDEMIA E DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS NO BRASIL: UMA ANÁLISE A PARTIR DE UMA PLATAFORMA DE FACT- CHECKING

Eixo 05 - Educação e Comunicação, Informação, Direitos Humanos e Cidadania

Leonardo Pereira Tavares¹
Lígia Beatriz Carvalho de Almeida²

RESUMO

Este artigo relata resultados parciais de pesquisa PIBIC/CNPq em andamento e evidencia a importância de manter a população informada de fatos, principalmente em um momento excepcional, como o caso da pandemia do coronavírus em 2020. Dessa forma, o objetivo foi verificar através de plataforma de *fact-checking* a quantidade de *Fake News* sobre o vírus disseminadas nos oito primeiros meses de pandemia no Brasil e elencar aquelas de maior impacto, com base em resultados obtidos em um mecanismo de busca. O processo metodológico foi desenvolvido em duas etapas, a primeira analisou e quantificou as notícias checadas pela agência Lupa, enquanto a segunda utilizou os resultados da etapa anterior e, por meio de palavras-chaves selecionadas, recorreu à plataforma de busca *Bing Microsoft* para analisar, com base na quantidade de resultados nela obtidos, qual dessas notícias teve maior impacto em cada mês analisado. Os dados obtidos na primeira etapa indicaram que o mês de abril foi o mês em que houve maior checagem de informações pela Lupa e que em agosto cerca de 27% das informações checadas minimizavam a gravidade da pandemia de alguma forma. Também foi possível verificar que as notícias que tinham maior repercussão envolviam figuras públicas. Os resultados ressaltam a relevância dos serviços de *fact-checking* e, considerando as consequências observadas, o quão cauteloso se deve ser ao compartilhar informações nos meios de comunicação, o que deve ser alvo de ações de educação para a comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Desinformação; Pós-verdade; *Fact-checking*; Infodemia; Educação para Comunicação.

ABSTRACT

This article reports partial results of an ongoing PIBIC/CNPq research and highlights the importance of keeping the population informed of facts, especially at an exceptional time, such as the case of the coronavirus pandemic in 2020. Thus, the aim was to verify through a fact-checking platform the amount of Fake News about the virus disseminated in the first eight months of the pandemic in Brazil and listing those with the greatest

¹ Universidade Federal de Campina Grande; Bacharelado em Comunicação Social, EPISCOM – Grupo de Pesquisa em Epistemologia da Educomunicação; e-mail: leonardoptavares@outlook.com.

² Universidade Federal de Campina Grande; Doutora em Educação-UNESP; EPISCOM – Grupo de Pesquisa em Epistemologia da Educomunicação; e-mail: ligiabia@gmail.com.



impact, based on results obtained in a search engine. The methodological process was developed in two stages, the first analyzed and quantified the news checked by the fact-checking agency Lupa, while the second used the results of the previous stage and, using selected keywords, applied the Bing Microsoft search engine to analyze, based on the amount of results obtained, which of these news had the greatest impact in each month analyzed. The data obtained in the first stage indicated that the month of April was the one in which there was the greatest checking of information by Lupa and that in August about 27% of the information checked minimized the severity of the pandemic in some way. It was also possible to verify that the news that had the greatest impact involved public figures. The results highlight the relevance of fact-checking services and, considering the observed consequences, how cautious one should be when sharing information in the media, which should be the target of communication education actions.

KEYWORDS: Disinformation; Post-truth; Fact-checking; Infodemia, Media education.



1 Introdução

A desinformação e a disseminação de informações falsas são problemáticas que motivaram diversos estudos nos últimos anos (RESENDE et al., 2019; CATALÁN-MATAMOROS, 2020; VASCONCELLOS-SILVA; CASTIEL, 2020). As notícias falsas, referidas usualmente pelo termo em inglês *Fake News*, carregam consigo irresponsabilidades que prejudicam pessoas ou grupos de inúmeras formas. Entre as motivações de sua criação está a de difamar determinada pessoa ou grupo, visto que essas notícias comumente tomam grandes proporções e são utilizadas como meio estratégico para desordenar momentos políticos, o que afeta diretamente o processo eleitoral de qualquer país (ARRAES, 2018).

Na contemporaneidade e diante da era da informação, percebe-se que essas informações fraudulentas se intensificaram. Nota-se que os meios de comunicação em massa têm se modificado rapidamente e de diversas maneiras. Lastres e Albagli (1999, p. 19) no fim do século passado afirmava que as próximas gerações presenciariam rápidas mudanças, em um processo de “acesso, fluxo, disseminação e uso de informações e conhecimentos”. De fato, atualmente, o acesso à informação, seja ela verdadeira ou falsa, possui um fluxo vasto e contínuo. A partir do momento em que a informação chega através das plataformas digitais, milhares de pessoas podem compartilhar e até mesmo distorcer esses informativos com títulos sensacionalistas, que destoam dos fatos.

Um termo que tem se tornado comum e muitas vezes confundido com as *Fake News* é o de pós-verdade, considerada a palavra do ano pelo dicionário de Oxford, em 2016 (GENESINI, 2018). A pós-verdade surge segundo Silva Filho, Silva e Luce (2017), como um paradigma social de cunho interpretativo, entende-se que o indivíduo que recebe uma informação, seja ela verdadeira ou falsa, vai partir dos seus interesses pessoais, tanto para absorver a informação, quanto para compartilhá-la. Nota-se que a pós-verdade parte de uma realidade criada por cada indivíduo, que não necessariamente se origina de um fato, com o objetivo de que outros nela acreditem e a compartilhem.

Neste contexto, percebe-se o quão importante é manter a população informada de fatos, principalmente em um momento excepcional, como o caso da pandemia do coronavírus em 2020. Embora seja uma realidade a ser enfrentada e combatida, a



cultura da desinformação se perpetua por gerações. Sendo assim, é importante que a população seja educada para a mídia, para saber diferenciar fato de *fake news*.

Este artigo apresenta resultados parciais de pesquisa em desenvolvimento em Programa de Iniciação Científica e Tecnológica (PIBIC), em que se analisa o impacto das *fake news* sobre Covid-19 no nordeste brasileiro. Na primeira etapa, com o auxílio de plataforma de *fact-checking*³ ou checagem de fatos em português, averiguou-se a quantidade de notícias disseminadas nos oito primeiros meses de pandemia no Brasil, listando as de maior impacto, conforme resultados obtidos em um mecanismo de busca.

2. Infodemia e suas consequências

O anseio por explicações e informações fizeram com que as pessoas começassem a compartilhar *Fake News* com promessas milagrosas para acabar com a pandemia do coronavírus, como por exemplo: o vinagre seria mais eficiente que o álcool gel na proteção contra o vírus⁴; uma vacina para cachorros combateria o coronavírus⁵; recomendação de órgãos de saúde para que homens retirassem a barba⁶. Essas e outras notícias, não possuíam nenhuma comprovação científica.

A pandemia informacional, batizada de infodemia, tem consequências sérias. Segundo casos relatados pela BBC News Brasil⁷, as *Fake News* levaram diversas pessoas a utilizar produtos de limpeza como cura para o coronavírus, beber álcool com promessas de efeitos terapêuticos contra o vírus, causando até mesmo vítimas fatais, como retrata a Organização de Medicina Legal do Irã, que até o mês de abril de 2020 havia registrado cerca de 796 mortes decorrentes dessas *fake news* (SPRING, 2020).

Em pesquisa publicada pelo periódico *American Journal Of Tropical Medicine and Hygiene*, desenvolvida em 87 países, incluindo o Brasil, quase 5.800 pessoas deram entrada em hospital por causa de *fake news* recebidas na internet (ISLAM et al., 2020). Portanto, é notório que essas informações falsas oferecem risco à vida da população e

³ Mesmo no Brasil usa-se o termo em inglês: *fact-checking*.

⁴ Disponível em: <https://www.hospitaloswaldocruz.org.br/imprensa/noticias/e-fake-e-falso-que-vinagre-e-mais-eficiente-que-alcool-gel-na-protacao-contra-o-novo-coronavirus>

⁵ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/19/verificamos-vacina-coronavirus-cachorro/>

⁶ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/25/verificamos-homens-barba-coronavirus/>

⁷ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-53054554>



que sem dúvida, educar pessoas para os meios de informações é uma necessidade para fugir da infodemia do presente e do futuro.

Sendo assim, percebe-se a importância do trabalho que vêm fazendo organizações que checam a veracidade de notícias durante o período da pandemia do coronavírus, fortalecer esses meios para disseminação de informações verdadeiras e seguras é importante e necessário.

2.1 Fact-checking

Buscar informações de forma confiável e segura tem sido um desafio para muitas pessoas. Com a circulação de notícias descentralizadas das mídias de massa, aumentou a dificuldade de se obter fatos confiáveis. A internet proporciona inúmeros benefícios, mas a falta de orientação para utilizá-la pode trazer sérias consequências. Diante do atual cenário da era digital, existe uma diversidade de sites e aplicativos com interface informativa, que grande parte das vezes não partem dos fatos ou fazem chegar informações às pessoas sem comprovar sua veracidade, caso do *Whatsapp*, aplicativo que tem sido veículo de informação para milhares de brasileiros e no qual comumente circulam *fake news* (VALENTE, 2019).

Para manter a qualidade informacional dos conteúdos recebidos pelos aplicativos, sites e qualquer meio de comunicação, as plataformas de *fact-checking* assumem uma importante função social de verificação da veracidade das informações. Embora tenha ganhado força nas eleições presidencial no Brasil em 2018, a primeira entidade dedicada a checagens de fatos surgiu em 2003 e encontra-se ativa até a data de publicação deste artigo, intitulada FactCheck.ORG⁸ e tem apoio da Universidade da Pensilvânia e do *Annenberg Public Policy Center* (NEISSER, 2015), criada com o objetivo de acompanhar e checar discursos políticos.

O jornalista Bill Adair, meses depois do lançamento da FactCheck.ORG, criou uma seção em seu jornal intitulado PolitiFact, que posteriormente virou um site e tornou-se referência dos processos metodológicos de checagens dos fatos em vários países, inclusive no Brasil, onde está sediada a Agência Lupa, utilizada neste trabalho.

⁸ Disponível em: <https://www.factcheck.org/>



Segundo Holan (2018), a verificação de fatos pelas plataformas de *fact-checking* começa pelo acompanhamento diário de discursos, comunicados à imprensa e campanhas eleitorais veiculadas na imprensa. Também recebem e-mail dos leitores solicitando a verificação de fatos, que geralmente são selecionados de acordo com a relevância devido à alta demanda em seu site, como ilustra a Figura 1.

- 1 A declaração está enraizada em um fato verificável?
- 2 A informação parece enganosa ou parece errada?
- 3 A afirmação é significativa?
- 4 É provável que a declaração seja passada adiante e compartilhada por outras pessoas?
- 5 Uma pessoa ouviria ou leria a declaração e se perguntaria: Isso é verdade?

Figura 1: Questões base para selecionar informações a serem checadas
Fonte: Adaptado de Holan (2018)

A seguir, a plataforma busca diversas fontes para verificar a veracidade das declarações selecionadas, incluindo sites, pessoas ou fazendo contato com as organizações que divulgaram ou fizeram a declaração em questão. Feito isso, o resultado é disponibilizado no site da plataforma, contendo informações e links sobre os fatos apurados, com objetivo de que os leitores possam julgar por si mesmos se concordam ou não com aquela informação.

2.2 Educação para Comunicação

Com as rápidas mudanças das tecnologias, a educação tem sofrido modificações, o professor deixou de ser o detentor de todo conteúdo transmitido em sala de aula, sendo um facilitador do saber, aquele que norteará seu aluno na construção do conhecimento, levando-o a refletir e desenvolver consciência crítica.



Assim, a inserção da educação para os meios de comunicação na educação é fundamental, pois segundo Freire (2000) ajuda o indivíduo a desenvolver o caráter “problematizador” e traz para ele uma aproximação com as diversas vivências compartilhadas. Sendo assim, a educação começa a ter também princípios educ comunicativos, pois entende-se que é preciso estimular os indivíduos a desenvolverem aptidões que os façam refletir e se tornarem pessoas críticas frente aos meios de comunicação de massa (SILVA; TEIXEIRA, 2008).

Como relata Jawsnicker (2010):

É fundamental que educadores e alunos, ao compreenderem que as notícias apresentadas pela mídia estão sujeitas a um processo de escolhas e seleções arbitrárias, estejam atentos ao perigo do que Bordenave (2003) chama de ‘ilusão referencial’ – a crença que a informação consumida por um jornal (ou noticiário televisivo ou radiofônico) é um absoluto reflexo da realidade.

Se por um lado, os dados apresentados neste artigo demonstram a relevância da atuação de agências de *fact-checking*, por outro é preciso admitir que mesmo assumindo o papel de vigia da informação, as agências de *fact-checking* não conseguem impedir a veiculação e a reprodução das *Fake News*, pois atuam posteriormente a sua divulgação. Os programas de educação para a comunicação assumem um papel fundamental nesse cenário, na medida em que são eles que atuam junto às comunidades, provocando o despertar da consciência crítica e levando-as a entender que existem notícias falsas, a perceber quais são as consequências sociais de sua disseminação e reprodução, evitando que as compartilhem. Adicionalmente, os programas demonstrarão como usar as agências de checagem, fontes seguras para distinguir fatos de *fake news*.

3 Metodologia

O processo metodológico deste trabalho partiu da intenção de analisar as *fakes news* checadas por portais de *fact-checking*. Inicialmente, analisou-se quatro das principais plataformas de *fact-checking* em âmbito nacional (Lupa⁹, Aos Fatos¹⁰,

⁹ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>

¹⁰ Disponível em: <https://www.aosfatos.org/>



Comprova¹¹ e A Pública¹²) que mantinham fluxo contínuo de checagens, principalmente no cenário de pandemia.

Tendo em vista a quantidade de notícias a serem analisadas em um curto período de tempo e sua redundância em várias plataformas, optou-se por analisar apenas as notícias da agência Lupa, por se tratar da mais antiga plataforma de checagem do Brasil, além de estar integrada ao projeto Chequea¹³, que uniu diversos países da América Latina para combater a infodemia durante o período pandêmico.

Para realizar a investigação sobre a incidência e o impacto das *fake news*, em função do prazo acadêmico existente para o cumprimento de todas as etapas do programa de iniciação científica, delimitou-se o período de pesquisa do dia primeiro de fevereiro de 2020, mês em que o primeiro caso de coronavírus no Brasil foi oficialmente confirmado, até 30 de setembro de 2020.

Em seguida, as coletas foram iniciadas e para facilitar a organização dos dados, quantificou-se as notícias falsas analisadas pela agência de *fact-checking* Lupa durante os meses estabelecidos, organizando-as em tabelas.

Após a coleta e quantificação de todas as *Fake News* relacionadas à pandemia do coronavírus, decidiu-se avaliar a repercussão dessas notícias na sociedade, mais uma vez considerando a quantificação de resultados de sua reprodução na internet pelos brasileiros nos três primeiros meses analisados (fevereiro, março e abril), que foram selecionados por reunirem os períodos de menor e maior disseminação de notícias falsas, com base nos resultados obtidos na etapa anterior.

Este trabalho seria realizado com base na quantidade de resultados obtidos em plataformas de busca na internet. À princípio, utilizou-se a ferramenta de busca do Google, entretanto, ela não permitia alterar a busca para períodos preestabelecidos. Desta forma, para se obter os resultados pretendidos, optou-se por utilizar a plataforma de busca Bing Microsoft¹⁴, englobando os dias de início ao fim de cada mês.

De cada título de notícia falsa, selecionada na primeira etapa, foram escolhidas duas palavras-chave, que serviram como termo de pesquisa para averiguar quantas

¹¹ Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/>

¹² Disponível em: <https://apublica.org/>

¹³ Disponível em: <https://chequeado.com/latamcoronavirusportugues/>

¹⁴ Disponível em: <https://www.bing.com/>



vezes foram reproduzidas ou compartilhadas em diversos locais na internet. As palavras-chave foram inseridas no motor de pesquisa Bing Microsoft combinadas aos termos “Covid” e “Coronavírus”.

Vale ressaltar que se utilizou aspas nas palavras-chave para delimitar as buscas no Bing Microsoft, pois seu uso permite “procurar pelo termo exato entre os símbolos, sem deixar nenhum de fora e sem trocar a ordem das palavras” (VALIN, 2009), exceto para os termos Coronavírus e Covid para os quais não foi necessário a utilização de aspas.

4 Resultados e discussão

A Figura 2 ilustra a quantidade de *Fake News* checadas pela plataforma Lupa que possuem relação com a pandemia, durante os oito meses analisados. No mês de fevereiro de 2020, obteve-se somente seis notícias que tinham relação com a pandemia do coronavírus, o que no mês de fevereiro era previsível, visto que as pessoas ainda estavam começando a pesquisar e se informar sobre a covid-19. O impacto dessas notícias falsas aconteceu depois do primeiro caso de infecção do vírus no Brasil, que ocorreu no dia 24 de fevereiro de 2020, em São Paulo.

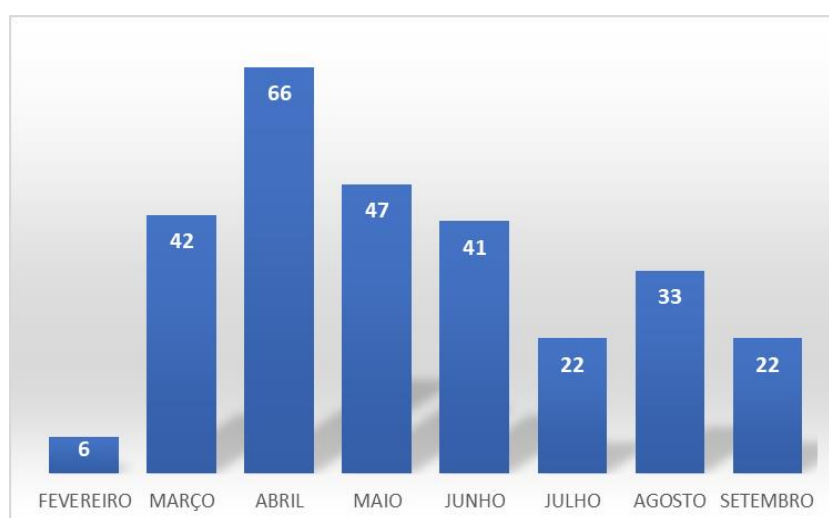


Figura 2: *Fake News* detectadas de fevereiro a setembro de 2020

Fonte: elaboração própria



Por outro lado, o mês de abril registrou a maior quantidade de checagem de *Fake News* entre os meses analisados. Nesse mês, a taxa de infectados pela covid-19 já era de 85.380 (VENAGLIA,2020), cerca de 11% das notícias checadas envolviam o uso da hidroxicloroquina como cura para o coronavírus, como mostra a Figura 3.

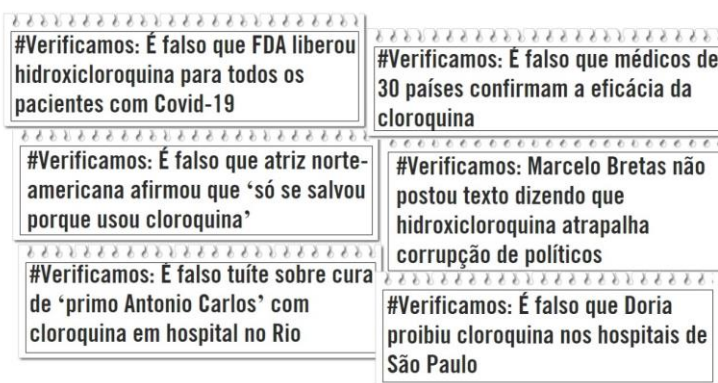


Figura 3: *Fake News* disseminadas no mês de abril envolvendo hidroxicloroquina

Fonte: Adaptado de Agência Lupa¹⁵

No mês de maio, percebe-se uma queda nas notícias verificadas que permanece até julho. Vale salientar que até o final do mês de maio, o Brasil já era o quarto país mais afetado pelo vírus, atrás apenas do Reino Unido, Estados Unidos e Itália (TRUFFI, 2020).

Por outro lado, no mês de agosto essas notícias voltaram a crescer. Cerca de 33 informações falsas foram checadas pela Lupa. Dessa forma, foi possível perceber que essas informações começaram a tomar outros rumos, pois das 33 informações checadas, aproximadamente 27% minimizam os riscos do coronavírus (Figura 4).

¹⁵ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa>

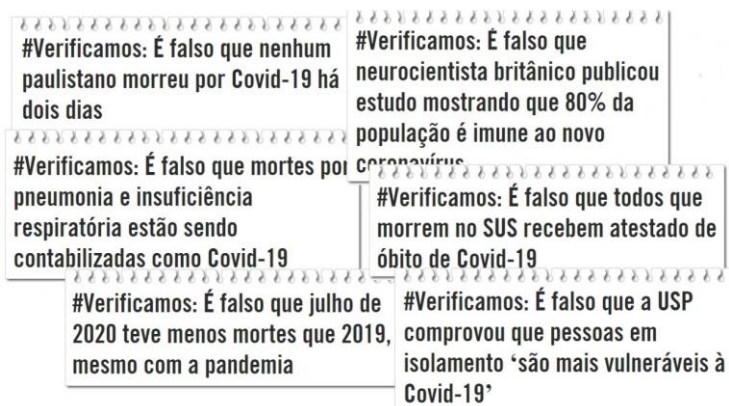


Figura 4: Infodemia em novos rumos

Fonte: Adaptado de Agência Lupa

A próxima etapa possibilitou quantificar nos meses de fevereiro, março e abril quais *fake news* retornaram mais resultados na busca através da plataforma Bing Microsoft, (as palavras-chave foram destacadas em negrito) conforme apresentado na Tabela 1, destacados em negrito. No mês de fevereiro, a *Fake News* que teve maior quantidade de resultados foi sobre a circulação de um vídeo afirmando que um dos motivos da disseminação da Covid-19 era a comercialização de morcegos em um mercado da China¹⁶.

FAKE NEWS	QUANTIDADE DE RESULTADOS DA BUSCA
FEVEREIRO	
“Vídeo mostra mercado que vende morcegos na China ”	92
“Paciente em hospital no Maranhão foi diagnosticado com novo coronavírus”	77
“Coronavírus em encomendas da China ”	37
MARÇO	
“Igreja Universal vende álcool em gel unguento por R\$500,00”	915
“ Preta Gil canta em bloco de carnaval após contrair Covid-19”	2170
“ Vacina que cura Covid-19 em apenas três horas”	910
ABRIL	
“ Osmar Terra a quarentena aumenta os casos do coronavírus”	2280
“ Padre Fábio de Melo escreve texto contra julgar quem descumpra quarentena na pandemia”	2300
“ Violência policial vira arma contra o isolamento social ”	2030

Tabela 1: Resultados da busca

Fonte: Elaboração própria

¹⁶ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/02/05/verificamos-novo-video-mercado-morcegos-indonesia-china/>



Por sua vez, no mês de março a *fake news* que obteve maior resultado de busca envolvia a cantora Preta Gil, a informação falsa afirmava que a cantora estava com coronavírus e cantava em um bloco carnavalesco com mais de 300 mil pessoas. Tal informação teve cerca de 1.900 compartilhamentos em apenas 7 horas no Facebook¹⁷.

Já no mês de abril, em que mais informações foram checadas pela agência Lupa, a informação mais buscada foi sobre o Padre Fábio de Melo, pois viralizara um texto supostamente escrito pelo Padre em que afirmava que não deveríamos julgar quem descumpra a quarentena na pandemia. Esta informação falsa foi desmentida pela produtora responsável pelos shows do Padre.

5 Considerações Finais

Diante das problemáticas apresentadas neste trabalho, é indubitável a importância que a informação e os meios de comunicação têm para a população mundial, principalmente em um cenário de pandemia. A disseminação de informações falsas, traz consigo danos irreparáveis, sendo tão grave quanto o próprio vírus.

Assim, foi possível perceber que a demanda de trabalho das agências de *fact-checking* cresceu bastante durante o ano de 2020, principalmente no mês de abril, como demonstram os resultados, por isso fortalecer essas plataformas significa manter uma sociedade mais segura.

A quantificação de notícias falsas na plataforma Lupa nos oito meses analisados, permite observar o progresso e as constantes transformações das *fake news*. Em fevereiro pouco se sabia sobre o vírus, por outro lado, em abril as pessoas buscavam métodos que promettessem tratar ou prevenir a doença de alguma forma, mesmo sem qualquer comprovação científica.

Por outro lado, com a busca do Bing Microsoft entre os meses de menor e maior checagens da Lupa (fevereiro, março e abril), percebe-se que as informações que tiveram maior impacto envolviam pessoas públicas, que detêm maior influência sobre a sociedade, como foi o caso dos meses de março e abril. Logo, as *fake news* contribuíram para difamar essas pessoas e desestabilizar grupos políticos, tendo em vista que a

¹⁷ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/17/verificamos-preta-gil-covid>



maioria das informações checadas envolvem política.

Programas de educação para a comunicação atuam de forma a levar a população a refletir sobre a razão das *fake news* envolverem personalidades públicas. Levando-as a entender fórmulas publicitárias utilizadas pelos criadores e disseminadores dessas notícias falsas, perceberão que quem as criou sabe que usar o prestígio de personalidades faz com que uma notícia falsa se torne mais crível e seja reproduzida com frequência.

Assim, para refletir sobre a construção das notícias falsas pode-se pedir a crianças e jovens que criem notícias usando técnicas publicitárias e jornalísticas. Para compreender a dimensão das consequências das *Fake News*, pode-se estimulá-los a colocarem-se no lugar das vítimas, caso do Padre Fábio de Melo, da Preta Gil, do Dráuzio Varela e a escreverem um texto em sua própria defesa. Pode-se, ainda, solicitar que imaginem qual mentira, se a eles fosse atribuída, lhes causaria indignação. Esse processo educativo será capaz de conscientizar as comunidades sobre o quão cauteloso é necessário ser ao partilhar informações nos meios de comunicação digital.

Ao concluir-se a primeira etapa da pesquisa, demonstra-se que a disseminação de informações falsas sobre a COVID19 durante o período analisado teve não só um grande impacto, mas consequências nefastas, reafirmando a importância do desenvolvimento de um trabalho conjunto entre programas de educação para a comunicação e as plataformas de *fact-checking* junto à sociedade brasileira.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Referências

ARRAES, Rhayssam Poubel de Alencar. Crimes contra a honra praticados por fake news: uma ameaça à democracia e a participação política. **Conpedi Law Review**, v. 4, n. 2, p. 164-183, 2018.

BORDENAVE, José. Além dos meios e mensagens. **Petrópolis: Vozes**. 2003.



CATALÁN-MATAMOROS, Daniel. La comunicación sobre la pandemia del COVID-19 en la era digital: manipulación informativa, fake news y redes sociales. **REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD**, p. 5-8, 2019.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia. São Paulo. **Paz e Terra**. 2000.

HOLAN, Angie Drobnic. **The Principles of the Truth-O-Meter: politifact's methodology for independent fact-checking**. 2020. Disponível em: <https://www.politifact.com/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifacts-methodology-i/>. Acesso em: 05 fev. 2021.

ISLAM, Md SaifuL et al. COVID-19–Related Infodemic and Its Impact on Public Health: a global social media analysis. **The American Journal Of Tropical Medicine And Hygiene**, [S.L.], v. 103, n. 4, p. 1621-1629, 7 out. 2020.

JAWSNICKER, Claudia. Educomunicação: reflexões sobre teoria e prática. **A experiência do Jornal do Santa Cruz**, 2010.

LASTRES, Helena Maria Martins; ALBAGLI, Sarita. Introdução: chaves para o terceiro milênio na era do conhecimento. **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

NEISSER, Fernando Gaspar. Fact-checking e o controle da propaganda eleitoral. **Ballot**, [S.L.], v. 1, n. 2, p. 1-35, 31 dez. 2015. Universidade de Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/ballot/article/view/22133>. Acesso em: 05 fev. 2021.

RESENDE, Gustavo et al. (Mis)Information Dissemination in WhatsApp: gathering, analyzing and countermeasures. **The World Wide Web Conference**, [S.L.], p. 818-828, 13 maio 2019. ACM. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3308558.3313688>. Acesso em: 09 dez. 2020.

SILVA FILHO, Rubens da Costa; SILVA, Leila Morás; LUCE, Bruno. Impacto da pós-verdade em fontes de informação para a saúde. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 271-287, 2017.

SILVA, Claudionor Renato da; TEIXEIRA, Denilson. Inventário de Programas de Rádio em Educomunicação Ambiental. **Revista Brasileira Multidisciplinar**, v. 11, n. 2, p. 50-59, 2008.

SPRING, Marianna. **Coronavírus: o menino de 5 anos que ficou cego e outros efeitos trágicos das informações falsas sobre a covid-19. o menino de 5 anos que ficou cego e**



outros efeitos trágicos das informações falsas sobre a covid-19. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-53054554>. Acesso em: 15 dez. 2020.

TRUFFI, Renan. **Brasil ultrapassa França, e é quarto país com mais mortes por covid-19.** 2020. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2020/05/30/brasil-ultrapassa-franca-e-e-quarto-pais-com-mais-mortes-por-covid-19.ghtml>. Acesso em: 13 dez. 2020.

VALENTE, Jonas. **WhatsApp é principal fonte de informação do brasileiro, diz pesquisa.** 2019. Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>. Acesso em: 05 fev. 2021.

VALIN, Allan. **Bing: dicas para deixar sua pesquisa muito mais precisa.** 2009. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/microsoft/3249-bing-dicas-para-deixar-sua-pesquisa-muito-mais-precisa.htm>. Acesso em: 06 dez. 2020.

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**, São Paulo, v. 36, n. 7, p. 1-12, 24 jul. 2020. FapUNIFESP (SciELO).

VENAGLIA, Guilherme. **Após mortes, Brasil ultrapassa China também em casos confirmados da COVID-19.** 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/2020/04/30/apos-mortes-brasil-ultrapassa-china-tambem-em-casos-confirmados-da-covid-19>. Acesso em: 12 dez. 2020.