



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
DO TOCANTINS  
CAMPUS PORTO NACIONAL  
CURSO SUPERIOR DE LICENCIATURA EM COMPUTAÇÃO**

**SEBASTIÃO ROCHA DE SOUZA**

**O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO DAS PESSOAS**

**PORTO NACIONAL - TO  
DEZEMBRO/2021**

**SEBASTIÃO ROCHA DE SOUZA**

**O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO DAS PESSOAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do Curso de Licenciatura em Computação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – *Campus* Porto Nacional, como exigência a obtenção do grau de Licenciado em Computação.

Orientador: Prof. Dr. Albano Dias Pereira Filho

**PORTO NACIONAL - TO  
DEZEMBRO /2021**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Bibliotecas do Instituto Federal do Tocantins**

S719i Souza, Sebastião da Rocha de  
O impacto das Redes Sociais no comportamento das pessoas / Sebastião  
da Rocha de Souza. – Porto Nacional, TO, 2021.  
38 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Computação) –  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins, Campus  
Porto Nacional, Porto Nacional, TO, 2021.

Orientador: Dr. Albano Dias Pereira Filho

1. Fake news. 2. Impactos. 3. Mídias digitais. I. Dias Pereira Filho,  
Albano. II. Título.

**CDD 004**

A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio, deste documento é autorizada para fins de estudo e  
pesquisa, desde que citada a fonte.  
Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica do IFTO com os dados fornecidos pelo(a)  
autor(a).



Ministério da Educação  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins  
Reitoria

### FOLHA DE APROVAÇÃO

SEBASTIÃO ROCHA DE SOUZA

### O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO DAS PESSOAS

Trabalho de conclusão de curso apresentado à coordenação do curso de Licenciatura em Computação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – Campus Porto Nacional, como exigência à obtenção do grau em Licenciatura em Computação.

Aprovado em: 10 /12/2021

#### BANCA AVALIADORA

---

Professor Dr. Albano Dias Pereira Filho IFTO – (Orientador)  
IFTO – Campus Porto Nacional

---

Professora. Me. Sabrina Silva de Carvalho  
IFTO – Campus Porto Nacional

---

Professora Me. Niccolly Evannys Zifirino Lima  
IFTO – Campus Porto Nacional

Porto Nacional, 10 de dezembro de 2021.

---

Documento assinado eletronicamente por **Albano Dias Pereira Filho, Servidor**, em 10/12/2021, às 21:41, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Sabrina Silva de Carvalho, Servidora**, em 20/12/2021, às 21:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Niccolly Evannys Zifirino Lima, Servidora**, em 21/12/2021, às 17:44, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.iftto.edu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.iftto.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1472751** e o código CRC **0394ADA8**.

Av. Tocantins, Loteamento Mãe Dedé, Setor - Jardim América — CEP 77500-000 Porto Nacional/TO — (63) 3363-9700  
portal.iftto.edu.br — reitoria@iftto.edu.br

## DEDICATÓRIA

*Ao meu pai,  
João Dias de Souza.  
A minha mãe,  
Maria José Rocha de Souza.*

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente quero agradecer ao meu pai do céu, por nunca ter deixado eu desistir.

Agradeço aos meus familiares e amigos que sempre me motivaram e me ajudaram, em especial a minha mãe Maria José que sempre sonhou em ter um filho formado e isso está se tornando uma realidade.

Agradeço a minha companheira Wislane Viana, que mesmo quando não estava bem ela sempre me apoiou e deu forças para eu chegar a este final.

Agradeço a todos os meus colegas do IFTO desde de o primeiro dia de aula até o final, principalmente a estes: Camila, Jaciara, Cristiano, Geisa, Carlos Daniel, Luanna Karine e Elizangela, por sempre me apoiarem.

Agradeço a todos os professores que contribuíram comigo, em especial ao meu amigo e orientador Albano Dias Pereira Filho.

Agradeço ao IFTO – *campus* Porto Nacional por ter me dado esta oportunidade.  
Obrigado a todos!

Sebastião Rocha de Sousa

*“É ótimo celebrar o sucesso,  
mas mais importante ainda é assimilar  
as lições trazidas pelos erros que cometemos.” - Bill Gates*

## **RESUMO**

Este trabalho teve como objetivo central, analisar o impacto das fake news na vida dos usuários das redes sociais. Objetivos específicos: averiguar o conceito de fake news e seus impactos na sociedade e entender como usuários das redes sociais se comportam diante das notícias falsas. Seguindo uma metodologia de abordagem qualitativa, de natureza básica. Quanto aos objetivos, exploratória-descritiva, e quanto aos procedimentos, levantamento e de estudo de caso, e tendo como questão norteadora: qual é o impacto das redes sociais na sociedade? O público participante desta pesquisa foram grupos de jovens, adultos e idosos usuário das redes sociais, pertencentes ao IFTO, PAIF e CRAS União, sendo um total de 31 (trinta e um) pesquisados. Os resultados apontam que os participantes desta pesquisa, é são usuários ativos das redes sociais, têm conhecimento do que se trata fake news, porém ainda possuem comportamentos indiferentes diante das mesmas, pois na maioria das vezes não averigam a confiabilidade das fontes de notícias, e as vezes chegam até a compartilhar essas informações.

**Palavras-Chave:** Fake news. Impactos. Mídias digitais. Redes sociais.

## **ABSTRACT**

The main objective of this work was to analyze the impact of fake news on the lives of users of social networks. Specific objectives: to investigate the concept of fake news and its impacts on society and understand how users of social networks behave in the face of fake news. Following a qualitative approach methodology, of a basic nature. As for the objectives, exploratory-descriptive, and as for the procedures, survey and case study, and having as a guiding question: what is the impact of social networks on society? The public participating in this research were groups of young people, adults and elderly users of social networks, belonging to the IFTO, PAIF and CRAS União, with a total of 31 (thirty-one) surveyed. The results show that the participants of this research are active users of social networks, they are aware of what fake news is, but they still have indifferent behaviors towards them, as most of the times they do not check the reliability of news sources, and sometimes they even share this information.

**Keywords:** Fake news. Impacts. Digital media. Social networks.

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1:</b> Fabiane Maria de Jesus, que morreu em agressão após boatos ..... | 21 |
| <b>Figura 2:</b> Momento em que Ricardo e Alberto foram mortos .....              | 22 |
| <b>Figura 3:</b> Notícias que não são verdadeiras .....                           | 30 |
| <b>Figura 4:</b> Notícias falsas .....                                            | 30 |

## LISTA DE TABELAS

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabela 1:</b> Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira..... | 29 |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|

## LISTA DE GRÁFICOS

|                                                                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gráfico 1:</b> Qual a sua idade? .....                                                                                          | 27 |
| <b>Gráfico 2:</b> Qual seu grau de instrução? .....                                                                                | 28 |
| <b>Gráfico 3:</b> Quais os principais meios que você usa para se informar diariamente? .....                                       | 28 |
| <b>Gráfico 4:</b> Com que frequência você acessa as mídias digitais (Redes sociais e sites)? .....                                 | 30 |
| <b>Gráfico 5:</b> Você já sofreu consequências ou conhece alguém próximo a você que já tenha sofrido por causa de fake news? ..... | 31 |
| <b>Gráfico 6:</b> Você costuma verificar se a fonte é confiável antes de compartilhar alguma informação? .....                     | 32 |
| <b>Gráfico 7:</b> Você já identificou alguma fake news? .....                                                                      | 33 |
| <b>Gráfico 8:</b> Se você compartilhou uma fake news e só percebeu depois, qual foi sua atitude? .....                             | 34 |

## SUMÁRIO

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO.....</b>                                                | <b>15</b> |
| <b>2. FAKE NEWS E REDES SOCIAIS.....</b>                                 | <b>17</b> |
| 2.1 Conceituando Fake news .....                                         | 17        |
| 2.2 Redes Sociais e a disseminação de fake news.....                     | 18        |
| 2.2.1 O que são Redes Sociais.....                                       | 18        |
| 2.2.2 A influência das Redes Sociais na disseminação de fake news.....   | 19        |
| 2.3 Casos de Fake news em Redes Sociais e suas consequências .....       | 20        |
| 2.3.1 Covid-19.....                                                      | 20        |
| <u>2.3.2</u> Eleições presidenciais Norte-Americanas .....               | 21        |
| 2.4 Meios de Combate a fake News .....                                   | 24        |
| <b>3. METODOLOGIA.....</b>                                               | <b>25</b> |
| 3. 1. Tipo de pesquisa .....                                             | 25        |
| 3. 2. Local e Sujeitos Participantes .....                               | 25        |
| 3. 3. Instrumentos de Coleta de dados e procedimentos metodológicos..... | 26        |
| <b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>                                    | <b>28</b> |
| <b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>                                      | <b>36</b> |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>                                   | <b>37</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

A informação sempre fez parte do desenvolvimento da humanidade tendo seu ápice de importância após a Segunda Guerra Mundial, onde ocorreu a primeira explosão informacional, com o crescimento das produções científicas e com o desenvolvimento tecnológico a informação passa a ser imersa no grande e complexo espaço da internet, nos deixando cada dia mais submersos em um número infinito de informações, uma massa informacional que não garante a qualidade, veracidade e imparcialidade.

A internet revolucionou os meios de comunicação e tem se mostrado uma ferramenta indispensável na vida do ser humano. A evolução tecnológica permitiu que o uso das redes sociais se tornasse parte do dia a dia do ser humano assim como a televisão e o jornal costumavam ser antes da era digital. Além de possibilitar maior velocidade de comunicação através de mensagens imediatas, tornou-se um veículo de informação em tempo real.

A sociedade contemporânea é testemunha de uma realidade em que as informações são divulgadas com rapidez e sem um rigoroso e devido controle da sua veracidade e origem, de modo que se torna cada vez mais veloz a difusão de fake news. Apesar de o livre acesso à informação ser algo positivo, há inconvenientes encontrados nesse cenário. As notícias falsas são vinculadas, em redes sociais, vindo de amigos ou familiares ou em sites, acabam por ganhar maior legitimidade e alcance. Esse alcance por muitas vezes pode ser impulsionado por programas computacionais, que replicam as *fakes news* para uma grande gama de usuários em um curto período de tempo, e esta facilidade em produzir e compartilhar qualquer conteúdo online possibilita a propagação de inverdades, que por sua vez podem espalhar-se e afetar aqueles que receberam esta informação.

Partindo-se das hipóteses de que: 1 - As redes sociais não têm nenhum impacto relevante na sociedade. 2 - As redes sociais estão influenciando, principalmente, as opiniões dos jovens, e, 3 - Cada vez mais, as pessoas estão passando a maior parte do tempo em redes sociais, e visando responder a questão-problema norteadora desta pesquisa, a saber: qual é o impacto das redes sociais na sociedade? Este trabalho traz como objetivo geral: analisar o impacto das fake news na vida dos usuários das redes sociais, e como objetivos específicos: averiguar o conceito de fake news e seus impactos na sociedade e entender como usuários das redes sociais se comportam diante das notícias falsas.

Os grandes problemas envolvendo fake news são a amplitude do seu alcance e quais consequências essa disseminação direcionada, com o auxílio de programas computacionais, pode causar nas sociedades, na vida pessoal, em instituições e principalmente na formação de opiniões. Visto que as notícias falsas ganham força mediante o grande número de compartilhamento e têm se chamando muito à atenção à responsabilidade do uso da internet, assim como também tem demandado a verificação de informações antes de compartilhá-las em seus meios virtuais já que são grandes as possibilidades de produzirem consequências irremediáveis, torna-se pertinente o aprofundamento neste cenário à luz dos usuários das redes sociais e a importância do desenvolvimento deste trabalho.

Para alcançar o objetivo geral, a metodologia adotada será de abordagem qualitativa, de natureza básica. Quanto aos objetivos, exploratória, e quanto aos procedimentos, levantamento e de estudo de caso, sendo que os dados para o estudo de caso serão colhidos a partir de conglomerados de jovens, adultos e idosos.

Esse trabalho está dividido em cinco capítulos, sendo o primeiro a introdução. No segundo capítulo, foi analisado o conceito de fake news, a influência das redes sociais para a divulgação das mesmas, assim como um levantamento de casos trágicos provocados em decorrência de fake news. O terceiro capítulo trata sobre a metodologia utilizada, a qual consiste em método qualitativo e consiste em estudo de caso de fake news, aborda também os sujeitos participantes e os procedimentos metodológicos. O quarto capítulo engloba a análise e os resultados e discussões dos dados coletados. E por último, o capítulo cinco que apresenta as considerações finais, as limitações e as sugestões para um trabalho futuro. Seguido das referências de os aportes teóricos utilizados fundamentar a presente pesquisa.

## 2. FAKE NEWS E REDES SOCIAIS

### 2.1 Conceituando Fake news

O tema tem sido posto em evidência por conta da internet e sua capacidade de alcance rápido. A fama desse conceito cresceu em 2017, quando não por acaso foi considerada a palavra do ano pelo dicionário Collins. Em 2016, o então candidato Donald Trump usou bastante a expressão em sua campanha durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos isso certamente ajudou a popularizá-la. Traduzindo livremente, o termo significa “falsas notícias”, mas popularizou-se de tal forma que dispensa a tradução.

[...] a internet trouxe novos desafios também na aferição de veracidade das notícias. Se antes a limitação de um boato dificilmente transpassava os limites de uma cidade ou, quando muito, de um país, hoje o boato torna-se global sem grandes dificuldades, com consequências imprevisíveis. (IBCCRIM, 2018, p. 2).

De acordo com Viana (2018), a mentira sempre foi um hábito humano e seu uso era adotado especialmente para constranger, criticar e atacar alguma figura. Já o jornalista brasileiro Pires (2017), associa o termo fake news a “sites e blogs que publicam intencionalmente notícias falsas, imprecisas ou simplesmente manipuladas, com a intenção de ajudar ou combater algum alvo, normalmente político”. O autor afirma também que, além de publicar inverdades, também se utiliza de notícias verdadeiras, mas com manchetes tendenciosas.

[...] são geralmente apelativas emocionalmente ou reforçam algum ideal político ajudando a reforçar crenças e, por isso, são amplamente compartilhadas e comentadas antes mesmo que os usuários chequem as fontes das notícias. (NASCIMENTO; TEIXEIRA; AQUINO, 2018).

Para Frias (2018, p. 43), as fakes news respondem por toda informação que, sendo de modo comprovável falsa, seja capaz de prejudicar terceiros e tenha sido forjada e/ ou posta em circulação por negligência ou má-fé. Segundo Braga (2018), tratam-se da disseminação, por qualquer meio de comunicação, de notícias sabidamente falsas com o intuito de atrair a atenção para desinformar ou obter vantagem política ou econômica.

Se uma mentira repetida mil vezes se torna verdade, com o advento da internet uma mentira pode ser repetida, cantada, recitada, filmada e fotografada um milhão de vezes, atraindo a atenção de um grupo incontável de usuários que buscam informações na internet. (BRAGA, 2018, p. 205).

De acordo com Nunez, (2018), fake news, ou notícias falsas, são um tipo de imprensa que intencionalmente, divulga desinformação ou boatos por meio de jornal impresso, televisão, rádio, ou ainda, via mídias sociais. Esse tipo de notícia é criado e publicado a fim de obter ganhos financeiros ou políticos. Geralmente são notícias

sensacionalistas, exageradas ou claramente falsas para chamar a atenção. Diferente da sátira ou paródia, ela tem a intenção de enganar o público e utiliza-se de manchetes atraentes para aumentar o número de leitores, compartilhamento e taxas de clique na Internet.

Para Frias (2018, p. 42) a novidade não está nas fake news em si, mas sim na aparição de um instrumento capaz de reproduzi-las e disseminá-las com amplitude e velocidade inauditas.

Somando-se a teoria de Frias (2018), uma Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, realizada pelo IBGE (BRASIL, 2018) o celular foi utilizado para o acesso à internet em 97,2% dos domicílios, sendo o equipamento de acesso mais usado nos domicílios. A pesquisa, realizada em 2016, salienta que o celular foi o principal equipamento usado para acessar a Internet; apenas 2,3% das residências com Internet utilizavam apenas o computador para esse fim, embora estivesse presente em mais da metade (57,8%) desses domicílios. Tendo esses dados em vista, podemos observar o aumento do uso dos celulares por parte da população brasileira, e dessa forma, sua influência sobre seus usuários é significativa. Com a praticidade do smartphone, o acesso às redes sociais e notícias é facilitada- e com isso, a propagação das fake news.

## **2.2 Redes Sociais e a disseminação de fake news**

### **2.2.1 O que são Redes Sociais**

No início do século XIX, o conceito de rede deixou de ser circunscrito à matéria e ganhou a possibilidade de ser construído como objeto pensado pela engenharia na relação com o espaço. Essas primeiras definições foram importantes para permitir a apropriação do conceito de rede como uma maneira de estudo e intervenção na sociedade.

A abstração do conceito de rede ampliou a significação do termo, que passou a representar um sistema ou pontos ligados em uma interface de gestão sobre o espaço e o tempo, permitindo que as mais diferentes áreas do conhecimento humano utilizassem o conceito de rede para designar linhas imaginárias para organizar fluxos logísticos de transporte, de comunicação e de distribuição de recursos em geral (MUSSO, 2004).

Entende-se, como Rede Social, o ambiente digital organizado por meio de uma interface virtual própria (desenho/mapa de um conceito) que se organiza agregando perfis humanos que possuam afinidades, pensamentos e maneiras de expressão semelhantes e interesse sobre um tema comum. Musso (2006, p.34) define rede social como “uma das

formas de representação dos relacionamentos afetivos, interações profissionais dos seres humanos entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos.” Portanto, tem-se, as redes sociais como uma representação de relacionamentos afetivos e/ou profissionais entre indivíduos que se agrupam a partir de interesses mútuos e tecem redes informacionais por meio das trocas discursivas realizadas no ambiente virtual. Logo, para participar de uma rede social, é preciso que o usuário estabeleça interação com o grupo, compartilhando suas afinidades e interesses comuns a partir de um perfil criado na rede.

O advento das redes sociais, no início deste século 21, possibilitou a transposição de inúmeras formas de interações interpessoais decorrentes da vida offline para vida online. Indivíduos reelaboraram constantemente suas formas de se relacionar com o tempo e o espaço, criando novas maneiras de socialização em rede. A interação permitida pelo uso de dispositivos e as potencialidades das tecnologias de informação de comunicação contribuem para repensar as dinâmicas sociais, de modo que, “[...] pensar a tecnologia, nesta era do pós-digital, significa implicá-la nas táticas e estratégias do poder” (SANTAELLA, 2016, p.11).

### **2.2.2 A influência das Redes Sociais na disseminação de fake news**

Para Rocha (2020), as redes sociais, é um ambiente de entretenimento e um campo vasto de opiniões que são expressadas por internautas de forma rápida e efetiva. Ademais, é também utilizada como um canal de propagação de fake news e, como ressonância destas, a disseminação de ódio provenientes de indivíduos que se mantém geralmente em anonimato

É inegável a influência das redes sociais no alastramento de fake news. Por tratar-se de plataformas nas quais é possível criar conteúdo, que pode ser facilmente repassado e compartilhado com capacidade de alcance internacional, não é surpreendente que sejam escolhidas como veículos de disseminação de notícias falsas.

Plataformas como Facebook, Twitter e o WhatsApp são acusadas de favorecer replicação de boatos e mentiras. Grande parte deles é compartilhada por conhecido dos usuários, o que aumenta a aparência de legitimidade das histórias. Essas redes possuem em seus algoritmos instruções de personalização para que os internautas recebam preferencialmente as informações que coincidem no seu ponto de vista, ou dos seus interesses fenômeno que Eli Pariser (2011) chama de “bolha” ou “filtro invisível” (MELLO; RODRIGUES; AMORIM; RANER 2016)

Pesquisa desenvolvida pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) mostra que 73,7% das informações e notícias falsas sobre o novo coronavírus circularam pelo aplicativo de troca de mensagens WhatsApp. Outros 10,5% foram publicadas no Instagram e 15,8% no Facebook. (NITAHARA, 2020).

De acordo com o Relatório de Notícias Digitais do Instituto Reuters (2020), o mais importante do segmento do jornalismo no mundo, o Facebook e o WhatsApp são as plataformas com a maior disseminação de notícias falsas do mundo. Aqui no Brasil o primeiro lugar é da plataforma de mensagens instantâneas, o WhatsApp.

## **2.3 Casos de Fake news em Redes Sociais e suas consequências**

### **2.3.1 Covid-19**

Segundo os autores do estudo publicado na revista *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, formada por pesquisadores de vários países do mundo, rumores e falsas informações sobre o coronavírus se espalharam rapidamente pelas redes sociais e pela internet assim que a pandemia começou. De curas milagrosas às teorias conspiratórias negacionistas, a onda de desinformação e notícias falsas que veio com a pandemia de Covid-19 pode ter causado diretamente centenas de mortes pelo mundo apenas nos quatro primeiros meses pandêmicos.

Segundo Carbinatto (2020), a desinformação causou suas vítimas fatais na pandemia ao prometer curas milagrosas como ingerir desinfetante ou altas quantidades de álcool para curar a Covid-1.

De acordo com Aranha (2020), no Irã, no início da pandemia da Covid-19, mais precisamente em maio de 2020, apenas uma fake news, causou aproximadamente 800 mortes e 5.876 internações. A desinformação dizia que ingerir altas quantidades de metanol curaria o coronavírus, levando a uma onda de pessoas a se intoxicarem com o álcool. Além das mortes, 60 pessoas ficaram totalmente cegas em consequência da prática.

Com o início da vacinação em massa contra a Covid-19, aparecem diversas dúvidas a respeito dos imunizantes e, como consequência, surgiram também as notícias falsas sobre o tema. De acordo com Monteiro (2021), há pelo menos seis fake news acerca das vacinas contra a covid-19.

Sendo as seguintes informações: As vacinas contra a Covid-19 podem causar fibromialgia e Alzheimer; Os imunizantes contra a doença são mais perigosos do que o próprio vírus; As vacinas que usam RNA mensageiro podem provocar morte em idosos;

As vacinas tem como objetivo matar seres humanos; Profissionais de saúde morrem por ataque cardíaco em decorrência da vacina; Butantan não confirma eficácia da CoronaVac em idosos.

Segundo a pneumologista da ENSP Patrícia Canto, ao Fiocruz (2020), todas as vacinas disponibilizadas e autorizadas por grandes agências de regulação, como a Anvisa, no Brasil, passaram pelas fases regulares de pesquisa 1, 2 e 3, antes de sua liberação, não havendo supressão de fases; Não há qualquer estudo que atribua fibromialgia ou Alzheimer associados a qualquer uma das vacinas contra a Covid-19 e que o fato de as vacinas contra a Covid-19 terem sido elaboradas em tempo mais curto isso não repercuta em sua eficácia; A pneumologista afirma ainda que eventos como reação potencialmente fatal, provocados por vacinas, são raros e podem ocorrer com qualquer imunizante. Acerca da CoronaVac conforme divulgado no site do próprio instituto (Butantan), foi comprovada, sim, a eficácia da vacina em idosos.

### **2.3.2 Eleições presidenciais Norte-Americanas**

As eleições presidenciais de 2016 que culminaram na vitória do empresário Donald Trump nos Estados Unidos, é um exemplo de como a interferência de vários tipos de *fake news* durante uma campanha política podem acarretar em consequências para o país inteiro, sendo os Estados Unidos uma potência mundial.

Donald Trump, eleito presidente dos Estados Unidos no ano de 2016, foi considerado uma figura pública antes mesmo de se tornar presidente, afirmação esta que se dá por estar envolvido em diversas polêmicas.

A empresa contratada pelo candidato Donald Trump para consultoria política foi a Cambridge Analytica, empresa privada que combinava mineração e análise de dados com uma espécie de comunicação estratégica toda voltada para campanhas eleitorais. Empresa essa que, em 18 de maio de 2018 decretou pedido de falência (VIJAYARAGHAVAN, 2018).

Em 17 de março, os jornais The Guardian e The New York Times revelaram que os dados de mais de 50 milhões de usuários do Facebook foram usados sem consentimento pela Cambridge Analytica para fazer propaganda política (ROSENBERG; CONFESSORE; CADWALLADR, 2018, tradução nossa). Dias depois, o próprio Facebook fez o levantamento de pessoas atingidas, passando esse número para uma estimativa de 87 milhões de cidadãos. (FACEBOOK, 2018).

Segundo o jornal The Guardian, o esquema começou em 2014, dois anos antes da eleição americana de 2016 e três anos antes do Brexit. A partir das pesquisas desenvolvidas pelo aplicativo This is Your Digital Life, a empresa Cambridge Analytica comprou acesso a informações pessoais dos usuários do Facebook e os usou para criar um sistema que permitiu influenciar digitalmente as escolhas dos usuários nas urnas, segundo investigação dos jornais The Guardian e The New York Times.

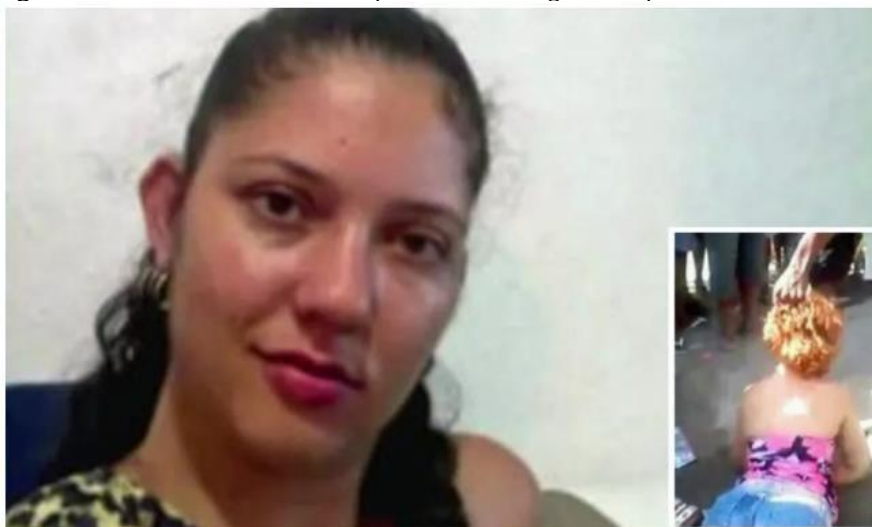
As fakes news mostram-se uma problemática existente na sociedade contemporânea, sendo que sua propagação pode causar danos permanentes para os que são alvos destas, refletindo, nesse viés, na desqualificação política da candidata Hilary Clinton, adversária de Trump.

### 2.3.3 Casos trágicos

No Guarujá, no dia 03 de maio de 2014, Fabiane Maria de Jesus, de 33 anos, casada, mãe de dois filhos, foi espancada até a morte por moradores. O fato ocorreu devido uma página de Facebook ter feito uma postagem com retrato falado, alertando a população local sobre uma suposta mulher que sequestrava crianças para fazer rituais de feitiçaria. Porém não passava de fake news, pois junto a polícia local não havia nenhum registro de sequestro de crianças naquela região (ROSSI, 2021).

Neste caso pelo menos cinco pessoas foram acusadas do crime e condenadas à pena máxima de 30 anos, já o administrador da página de Facebook, responsável pela criação da notícia falsa, não foi indiciado, já que a legislação da época ainda não previa punição a quem incitasse a violência via internet. (ROSSI, 2021).

**Figura 1:** Fabiane Maria de Jesus, que morreu em agressão após boatos



Fonte: (G1 SANTOS, 2021)

Segundo Martinez (2018), na cidade de Acatlán, no México, no dia 29 de agosto de 2018, um estudante de direito e seu tio, um agricultor, foram ao centro da cidade para comprar materiais de construção, mas acabaram detidos pela polícia após serem abordados por moradores locais. Naqueles dias havia sido amplamente compartilhada pelo WhatsApp um mensagem em que dizia que uma quadrilha de traficantes de órgãos vinha atuando no México e que nos últimos dias algumas crianças haviam sido encontradas mortas.

Após a detenção de Ricardo e Alberto Flores, se espalhou rapidamente via WhatsApp e Facebook a notícia de que dois integrantes da quadrilha estavam detidos na delegacia, assim a população se reuniu no local e quando os dois homens foram soltos, a multidão os espancou e queimou vivos, e tudo foi transmitido ao vivo pelo facebook. No entanto não passava de fake news já que nenhuma criança havia sido sequestrada. Nenhuma queixa havia sido feita.

**Figura 2:** Momento em que Ricardo e Alberto foram mortos



Fonte: (BBC NEWS, 2018)

De acordo com Rossi (2018), casos semelhantes ocorreram na Índia, no vilarejo de Rainpada, no estado de Maharashtra, uma epidemia de linchamentos motivados por boatos sem fundamento após uma corrente no WhatsApp que dizia que havia traficantes de crianças na região. deixou pelo menos 27 mortos em um período de dois meses. O jornal The Washington Post informou que um palestrante contratado para educar uma vizinhança sobre os riscos desses boatos acabou sendo assassinado.

No capítulo a seguir apresenta-se os meios que foram adotados para realização do estudo; procedimentos teóricos e metodológico utilizados, e suas categorias definidas por teóricos.

## **2.4 Meios de Combate a fake News**

De acordo com Albuquerque (2020), os passos que vem ser adotados para identificar e não contribuir com a disseminação de fake News, se resumem em:

Não ler apenas o título; certifique-se de que as informações e fontes são seguras; observe se existe consenso; não ignore as informações científicas; na dúvida não compartilhe, reconheça o erro, alerte o próximo e denuncie.

Quanto as redes sociais, Twitter, Facebook e Instagram, já tem criado medidas para combater o problema. Dentre elas a exclusão de posts e até a criação de ícones que apontam a falta de veracidade da informação.

Alguns sites e agências brasileiras desenvolveram ferramentas que ajudam a checar a veracidade das notícias, são as fact-checking – checagem de fatos em português. Dentre elas estão a Agência Lupa da Folha de São Paulo, Fato ou Fake – do grupo O Globo, UOL Confere, Agência Pública e o E-Farsas, por exemplo.

Temos também a Fake Check, site desenvolvido por pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Nele é possível copiar e colar um texto e a inteligência artificial da plataforma faz a checagem do conteúdo. Outro recurso super interessante foi desenvolvido pelo Aos Fatos. O canal de atendimento é no próprio WhatsApp e nele o usuário conversa diretamente com uma atendente virtual, a Fátima. Na plataforma você consegue interagir com a robô e receber notícias verificadas, como por exemplo, assuntos como o Covid (PORTO, 2021).

Por fim, ressalta-se que o envio de mensagens com conteúdo duvidoso pode gerar pânico desnecessário e desinformação em massa e as consequências da divulgação desse tipo de notícia, dependendo da proporção, podem ser irreparáveis, prejudicando os envolvidos e também quem trabalha, corretamente, no mercado.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3. 1. Tipo de pesquisa**

A presente pesquisa foi desenvolvida a partir de abordagem qualitativa, de natureza básica. Quanto aos objetivos, exploratória-descritiva, e quanto aos procedimentos, levantamento e de estudo de caso.

Trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo, o que para Richardson (2008) se caracteriza como a tentativa de compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas, com referenciamento ao materialismo dialético.

Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa aprofunda no conceito estudado possibilitando as ações de descrever, compreender, explicar, precisamente as relações entre o global e o local em determinado fenômeno.

A pesquisa de natureza básica, para Gil (2010), aglutina estudos que tem como objetivo completar uma lacuna no conhecimento utilizadas somente à ampliação do conhecimento; dizem respeito àquelas em que há aquisição “de novos conhecimentos direcionados a amplas áreas com vistas à solução de reconhecidos problemas práticos”.

Sendo que a pesquisa se caracteriza como exploratório-descritiva, visto que “descreve o comportamento dos fenômenos” (COLLIS; HUSSEY, 2005), estabelece relações entre as variáveis (GIL, 2002)

O estudo de caso, por sua vez investiga um fenômeno considerando seu contexto, ou seja, realiza uma análise sob a conjuntura real (YIN, 2015). Segundo Hartley (2004, p. 323), o estudo de caso objetiva “fornecer uma análise do contexto e processos que iluminam as questões teóricas que estão sendo estudadas” e, desse modo, trata-se de uma atividade heterogênea. Para Creswell (2007), o estudo de caso caracteriza-se pela profundidade da investigação.

#### **3. 2. Local e Sujeitos Participantes**

Esta pesquisa é realizada na cidade de Porto Nacional – TO, que está situada às margens do rio Tocantins, região centro-sul do estado. De acordo com dados do IBGE - (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), (2019), a mesma possui estimativa populacional de 53.010, sendo que no último Censo Demográfico realizado em 2010, este número era de 49.146 habitantes. O município possui sua economia centrada principalmente no setor agropecuário e comércio, possuindo o quarto maior PIB do Estado

(de quase R\$ 800 mi), no tocante a educação, a taxa de escolarização na cidade, é de 98,3 % de 6 a 14 anos de idade.

Os grupos dos pesquisados, a saber, jovens, adultos e idosos usuário das redes sociais, são pertencentes ao IFTO, PAIF e CRAS União.

O *campus* Porto Nacional do Instituto Federal do Tocantins, do qual serão pesquisados um grupo de jovens, teve sua estrutura administrativa e pedagógica instalada definitivamente em junho de 2010, na sede da Avenida Tocantins, no novo bairro Jardim América da cidade de Porto Nacional, atualmente o IFTO *campus* Porto Nacional, oferta a sociedade os cursos Técnicos Integrados ao Ensino Médio, EJA/Proeja, Subsequentes e os cursos superiores, Licenciatura em Computação, Tecnologia em Logística, Pedagogia, Sistema da Informação e Administração.

O grupo de adultos pesquisados fazem parte do PAIF do CRAS União de Porto Nacional – TO.

O CRAS - Centro de Referência de Assistência Social é um equipamento público mantido pelo Ministério do Desenvolvimento Social. Ele foi criado com o objetivo de fornecer apoio e proteção assistencial a pessoas que residem em áreas consideradas de vulnerabilidade social.

O PAIF - Proteção e Atendimento Integral à Família, por sua vez, é um serviço oferecido em todos os Centros de Referência de Assistência Social (Cras) e tem como objetivo apoiar as famílias, prevenindo a ruptura de laços, promovendo o acesso a direitos e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida.

Já os idosos participantes desta pesquisa fazem parte da UMA – Universidade da Maturidade, que se trata de um programa da Universidade Federal do Tocantins, de Porto Nacional, que tem como objetivo promover qualidade de vida no processo de envelhecimento humano.

Ao todo foram pesquisados entre jovens, adultos e idosos, usuário das redes sociais, um total de 31 (trinta e um) pessoas.

### **3. 3. Instrumentos de Coleta de dados e procedimentos metodológicos**

Buscando atingir os objetivos deste trabalho, primeiramente realizou-se uma revisão teórica na literatura, por meio de livros, artigos científicos e acesso a bancos de dados de teses e dissertações, sobre os tópicos: Redes Sociais, Fake news, suas disseminações e consequências com a finalidade de aprofundamento dos conhecimentos

prévios, e posteriormente se obter uma melhor interpretação dos dados e discussão dos resultados.

Para a coleta de dados com participantes, fez-se uso de um questionário contendo perguntas abertas e fechadas, sendo um total de 01(uma) pergunta aberta e 09 (nove) fechadas. O questionário foi aplicado via App WhatsApp. Antes que os pesquisados respondessem ao questionário, foi-lhes solicitado a leitura e assinatura do “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido”, no qual os mesmos concordaram em participar da presente pesquisa. Neste termo constam os dados dos pesquisadores e pesquisados, objetivos gerais e específicos da pesquisa, a metodologia adotada e a garantia do sigilo dos dados pesquisados.

De acordo com Prodanov e Freitas (2013), “O questionário, numa pesquisa, é um instrumento ou programa de coleta de dados. [...] seu preenchimento será realizado pelo informante ou respondente.”

No capítulo a seguir estão dispostos os resultados e discussões dos dados coletados.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo apresenta-se a análise e discussão dos resultados obtidos por meio dos dados coletados. Estes dados estão dispostos com base na organização dos instrumentos de coleta utilizados, apresentados no item “Instrumentos de Coleta de Dados e Procedimentos Metodológicos”. Ressalta-se que os resultados e as discussões aqui presentes se tornaram possível a partir dos dados encontrados nas buscas bibliográficas que fundamentam teoricamente este trabalho.

A seguir estão elencadas as perguntas do questionário, e para que haja melhor entendimento, estão dispostas na mesma ordem em que foram aplicadas aos pesquisados.

Com as questões iniciais buscou-se conhecer o perfil do público participante da pesquisa.

A questão de número 1 teve a finalidade que conhecer a faixa etária de idade dos participantes da pesquisa. Sendo que, como ilustrado no gráfico 1, abaixo, obteve-se os seguintes resultados: Entre 15 e 25 anos, 3 (10%); Entre 25 e 50 anos, 10 (33%), Entre 50 e 65 anos, 8 (27%), e Acima de 65 anos 9 (30%). Logo, observa-se que a maioria no de participantes são adultos e idosos.

**Gráfico 1:** Qual a sua idade?

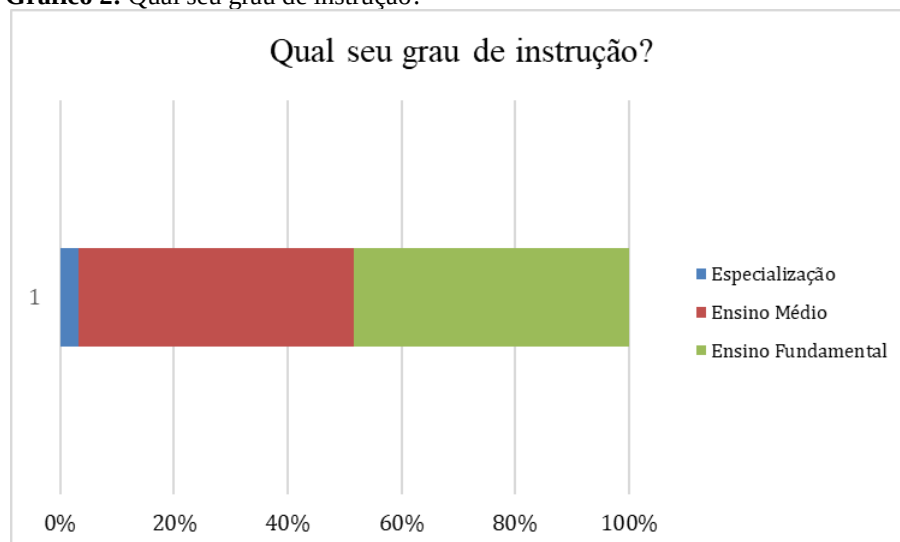


Fonte: Dados da pesquisa.

Tendo conhecido a faixa etária de idade dos participantes, procurou-se também saber o grau de instrução dos mesmos, a partir da questão 2. Dos 31 (trinta e um) participantes, 15 (48%) possuem ensino fundamental, 15 (48%) ensino médio e 1 (4%) possui especialização.

O público respondente desta pesquisa, são pessoas com idades de 15 e 65 anos, sendo que a maioria tem entre 25 e 50 anos de idade, como já observado neste capítulo, e ainda assim os dados mostram que o grau de instrução dos mesmos está entre os ensinos fundamental e médio, como representado no gráfico 2, abaixo.

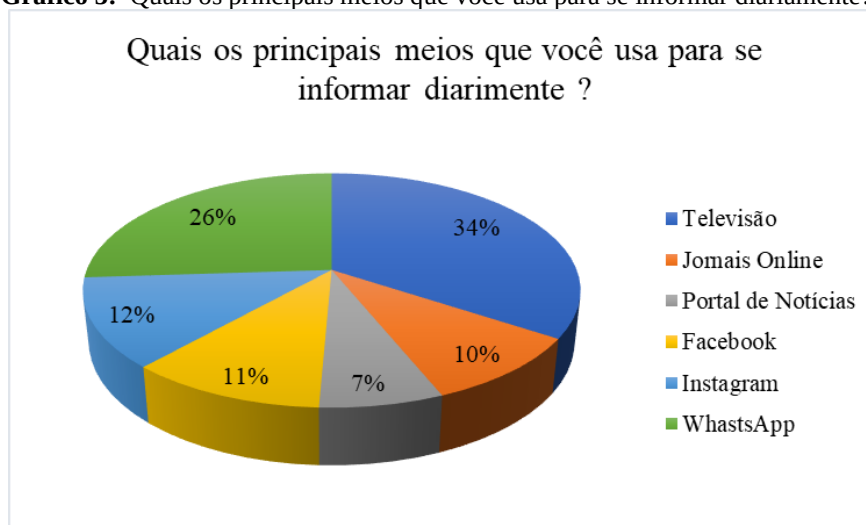
**Gráfico 2:** Qual seu grau de instrução?



Fonte: Dados da Pesquisa

Conhecido a faixa etária de idade e grau de instrução dos participantes da pesquisa, a partir da terceira questão os meios pelos quais os participantes mais utilizam para se informarem diariamente. Os dados ilustrados no gráfico 3 abaixo, demonstram que 34% utilizam a Televisão; 10% Jornais Online, 7% Portal de Notícias; 11% Facebook; 12% o Instagram e 26% o WhatsApp.

**Gráfico 3:** Quais os principais meios que você usa para se informar diariamente?



Fonte: Dados da Pesquisa.

Observa-se que apesar do avanço tecnológico e as muitas possibilidades de acesso à informação que o mesmo proporciona, o meio mais utilizado pelos participantes para obter informações e notícias ainda é a Televisão, e só após a TV é que o aplicativo WhatsApp, como veículo de informação mais utilizado. É importante observar que a minoria são os que acessam os portais de notícias e jornais online, os demais ficam divididos entre as redes sociais Facebook e Instagram.

A internet está em segundo lugar, como meio preferido de 26% dos entrevistados e citada como uma das duas principais fontes de informação por 49%.

**Tabela 1:** Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira

| <b>Base: Amostra (15050)</b>                                                     | <b>1ª<br/>MENÇÃO</b> | <b>1ª+2ª<br/>MENÇÕES</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------|
| TV                                                                               | 63%                  | 89%                      |
| Internet                                                                         | 26%                  | 49%                      |
| Rádio                                                                            | 7%                   | 30%                      |
| Jornal                                                                           | 3%                   | 12%                      |
| Revista                                                                          | 0%                   | 1%                       |
| Meio externo (placas publicitárias, outdoor, ônibus, elevador, metrô, aeroporto) | 0%                   | 0%                       |
| Outro (Esp.)                                                                     | 0%                   | 2%                       |
| NS/ NR                                                                           | 0%                   | 0%                       |

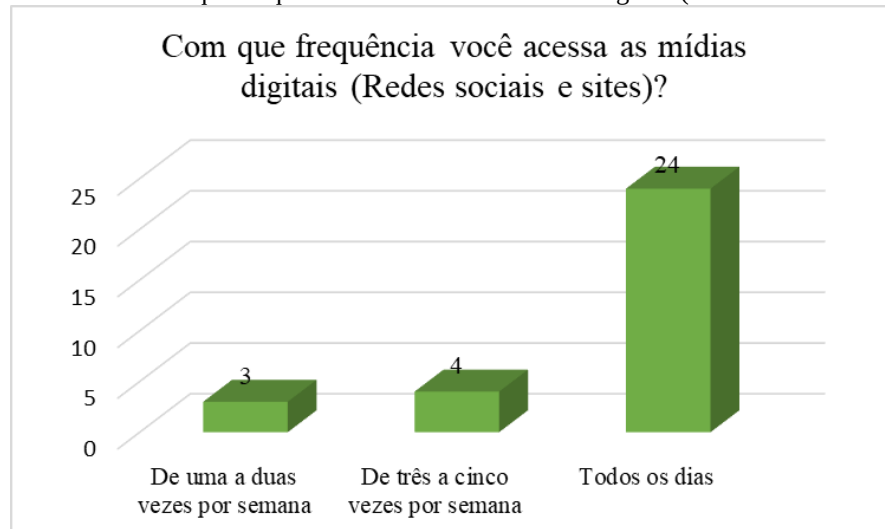
Fonte: Tabela da Pesquisa Brasileira de Mídia.

Ainda que algumas aplicações da internet não sejam os veículos mais utilizados quando se trata de obter notícias, os dados abaixo mostram que a maioria dos participantes desta pesquisa, acessam as mídias digitais todos os dias, é o que afirmam 24 (77%) dos respondentes.

Estes resultados assemelham “Em relação a frequência de uso, 90% relataram acessar todos os dias, 7% pelo menos uma vez por semana e 2% pelo menos uma vez por mês” (VALENTE, 2020).

Os dados do gráfico 4, abaixo, demonstram os dados referentes a frequência de acesso as mídias sociais dos participantes da presente pesquisa.

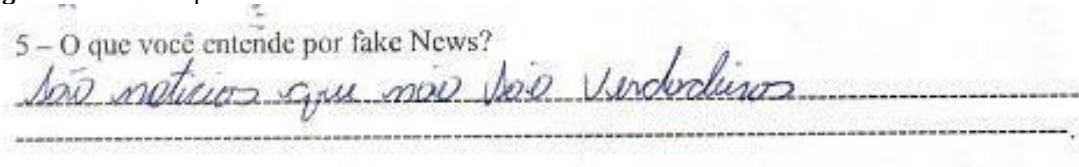
**Gráfico 4:** Com que frequência você acessa as mídias digitais (Redes sociais e sites)?



Fonte: Dados da pesquisa

Uma vez que se sabe a frequência com que os pesquisados acessam as mídias digitais, a quinta questão teve o intuito de conhecer o que os mesmos compreendem por “fake news”. Dentre as respostas atribuídas de forma manuscrita, encontra-se repetidas vezes as afirmações “São notícias que não são verdadeiras” e “Notícias falsas”, como demonstrado nas figuras 3 e 4, abaixo.

**Figura 3:** Notícias que não são verdadeiras



Fonte: Dados da pesquisa.

**Figura 4:** Notícias falsas



Fonte: Dados da pesquisa.

Os dados evidenciam que os pesquisados conhecem o significado do termo “fake news”, pois como já se encontra no bojo deste trabalho, os autores Frias e Braga (2018), acreditam que assim como os participantes desta pesquisa que as fakes news respondem por toda informação que, sendo de modo comprovável falsa, seja capaz de prejudicar terceiros e tenha sido forjada e/ ou posta em circulação por qualquer meio de comunicação.

Sabendo-se mediante buscas teóricas que as fake news podem acarretar consequências a quem as sofre. Com a sexta questão os participantes desta pesquisa foram indagados se já sofreram ou conhecem alguém que tenha tido algum tipo de consequência devido a fake news.

Os dados representados no gráfico 5, abaixo, um total de 68% dos participantes nunca sofreu ou conhece alguém que já tenha passado por problemas devido fake news, no entanto, dos demais, 22% conhecem pessoas próximas que já sofreram consequências devido a esse tipo de notícias, enquanto que 10% disseram que já passaram por alguma complicação devido a notícias falsas.

**Gráfico 5:** Você já sofreu consequências ou conhece alguém próximo a você que já tenha sofrido por causa de fake news?



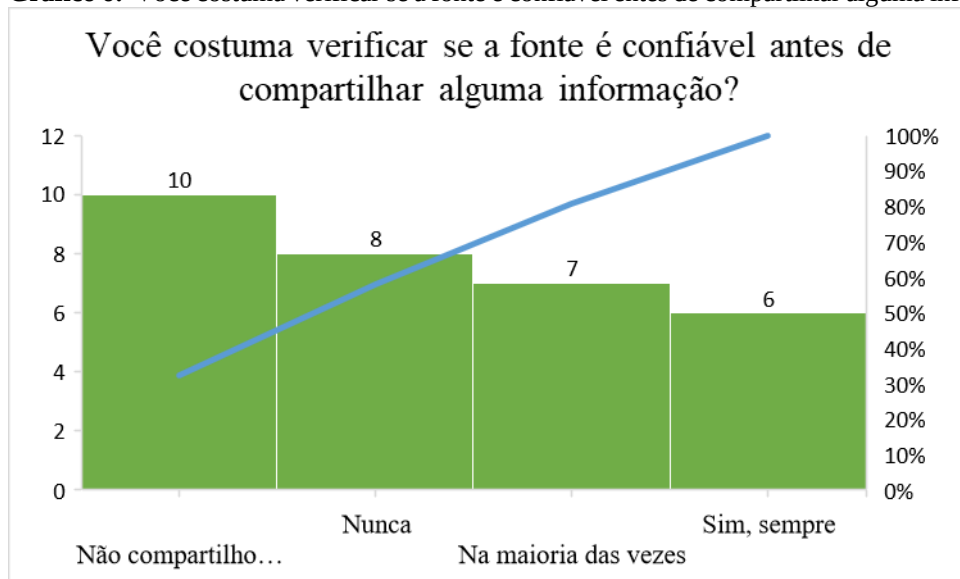
Fonte: Dados da pesquisa.

Sabe-se que para evitar danos as outras pessoas e não divulgar notícias falsas, uma das maneiras mais eficazes é a averiguação da seriedade e confiabilidade da fonte de tal informação antes de passa-la a frente.

De acordo com as fontes onde se encontram as notícias que são disponibilizadas no mundo da internet.

Para esta pesquisa, a maioria dos participantes, 10 (32%), afirmam não compartilhar informações, porém 8(26%), disseram que nunca verificam a fonte da notícia antes de repassa-la a frente, são dados preocupantes pois como já mencionado é necessário se verificar as fontes de notícias, como forma de prevenção a fake news.

**Gráfico 6:** Você costuma verificar se a fonte é confiável antes de compartilhar alguma informação?



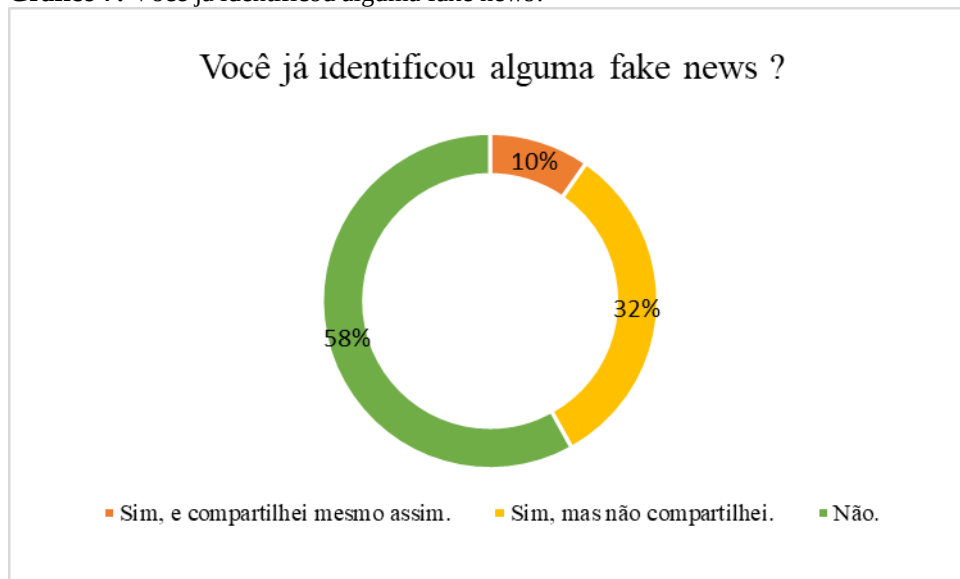
Fonte: Dados da pesquisa

Para a questão de número 8 (oito) “Você acha que pessoas podem tomar decisões importantes com base em fake news?”, 17 (55%) optaram pela opção “Sim”, enquanto os 14 (45%) demais optaram pela alternativa “Não”.

Como já mencionado no capítulo anterior deste trabalho e somando-se as respostas da maioria, nesta questão, pode-se enfatizar que fake news que levam pessoas a tomarem decisões sérias, a exemplo pode-se citar os casos dissertados acima, de Fabiane Maria de Jesus, e também as mortes de Ricardo e Alberto, que semelhantemente perderam suas vidas após divulgações de fake news.

O gráfico abaixo, traz a representação dos dados obtidos com a questão número 9 (nove).

**Gráfico 7:** Você já identificou alguma fake news?



Fonte: Dados da pesquisa

Dos respondentes a esta pesquisa, 18 (58%) nunca identificaram uma notícia falsa, 10 (32%) identificaram, mas não compartilharam, enquanto que 3 (10%) identificaram e compartilharam mesmo assim.

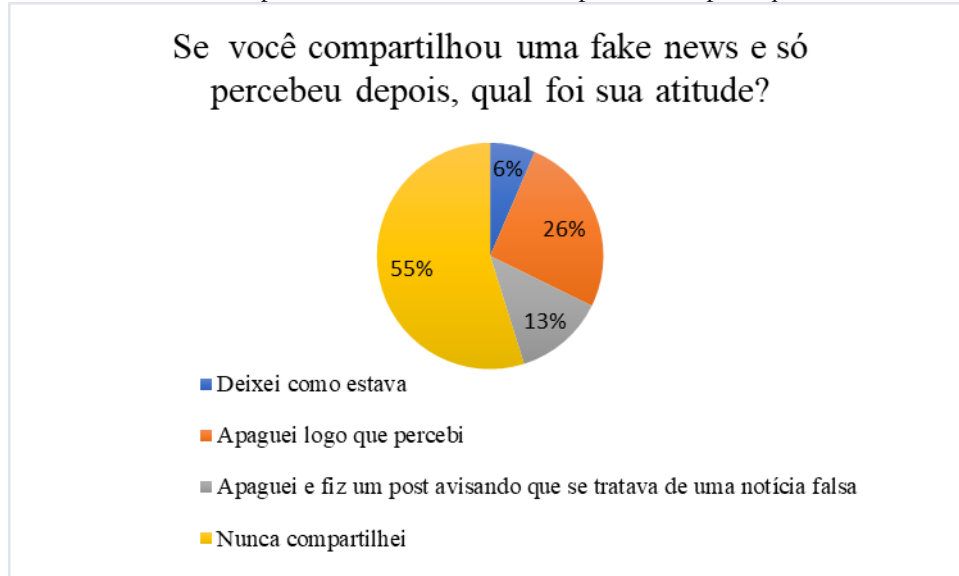
Levando em conta o fato de que grande parte dos participantes desta pesquisa estão entre 25 e 65 anos de idade, sendo uma grande maioria acima de 65, pode-se fazer menção de um estudo realizado em Nova York nos Estados Unidos, por pesquisadores da universidade de Princeton, intitulado Idosos são mais propensos a compartilhar fake news, diz estudo, neste artigo os autores salientam que pessoas com mais de 65 anos compartilham até “sete vezes mais” fake news do que as pessoas de faixa etária mais jovens. Conforme o Correio Brasiliense, (2019, p.1).

Publicada na revista Science Advances, a pesquisa contou com a participação de 3,5 mil americanos, que autorizaram que um app analisasse suas publicações no Facebook. Os resultados mostraram que os grupos de pessoas com mais de 65 anos chegavam a compartilhar quase sete vezes mais notícias falsas que os grupos mais jovens.

Observa-se a partir desses resultados o quanto importante é alertar os idosos em relação às notícias falsas, trazendo um alerta de que as pessoas da Terceira Idade realmente estão mais propensas a compartilhar mais conteúdos duvidosos e as fakes news,

O gráfico 8 (oito), abaixo, traz as respostas atribuídas a questão de número 10 (10), que diz respeito as atitudes tomadas pelos participantes ao perceberem que haviam compartilhado uma notícia falsa.

**Gráfico 8:** Se você compartilhou uma fake news e só percebeu depois, qual foi sua atitude?



Fonte: Dados da pesquisa

Dos pesquisados, ao compartilharem informações falsa e perceberem: 2 (6%) deixou como estava. 8 (26%) apagou. 4 (13%) apagou e fez um post avisando que se tratava de uma notícia falsa. 17 (55%) afirmam nunca ter compartilhado. Apesar de ser a minoria, o número que mais chama a atenção são os 2%, que mesmo parecendo ter compartilhado uma notícia falsa, deixou como estava, não teve o cuidado de reparar o equívoco.

Mediante a análise e discussão dos dados coletados, a seguir, tem-se as considerações finais desta pesquisa.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo central, analisar o impacto das fake news na vida dos usuários das redes sociais. Para alcançar este objetivo buscou-se realizar as seguintes ações: a averiguação do conceito de fake news e seus impactos na sociedade e entender como usuários das redes sociais se comportam diante das notícias falsas.

Tendo os objetivos traçados e de acordo com os resultados citados no capítulo anterior, e a partir de uma pesquisa qualitativa (quanto a natureza básica), quanto aos objetivos, exploratória-descritiva, e quanto aos procedimentos, levantamento e de estudo de caso, pode-se fazer os seguintes apontamentos.

O termo fake news significa “notícias falsas”, e, fake news, as mesmas são divulgadas intencionalmente por meio de jornal impresso, portais de notícias online, televisão, rádio, e demais mídias sociais. Geralmente são notícias sensacionalistas, exageradas ou claramente falsas para chamar a atenção.

As notícias falsas possuem uma rápida propagação, e com isso tem impactado a sociedade em seus principais eixos como política, saúde e segurança. Há casos em que notícias falsas mudaram o rumo de eleições, em outros levaram pessoas a tirar vidas. Fica evidente que os impactos das fake news para a sociedade são destrutivos.

Mediante o estudo realizado com os participantes desta pesquisa, é possível apontar que os usuários ativos das redes sociais, têm conhecimento do que se trata fake news, porém ainda possuem comportamentos indiferentes diante das mesmas, pois na maioria das vezes não averiguam a confiabilidade das fontes de notícias, e as vezes chegam até a compartilhar essas informações. Ressalta-se que o percentual de jovens participantes da pesquisa, foram em número pequeno, caso contrário, acredita-se que obteríamos outros resultados.

Os resultados obtidos a partir deste trabalho são motivadores para dar prosseguimento em buscas mais aprofundadas acerca do tema abordado, uma vez que as informações aqui constantes trazem a luz a reflexão os impactos que as notícias falsas acrescentam ao dia a dia das pessoas, o tipo de indução que essas desinformações causam a sociedade, assim como é possível observar a importância e a necessidade de mais estudos e conscientização dos usuários das mídias sociais.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANHA, Carla. **Fake news sobre o coronavírus leva 44 pessoas a morte no Irã.** 2020 Disponível em: <<https://exame.com/mundo/fake-news-sobre-coronavirus-leva-44-pessoas-a-morte-no-ira/>>. Acesso em 15 set. 2021.

BRAGA, Renê Moraes da Costa. **A indústria das fake news e o discurso de ódio.** In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio. Volume I. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 203-220. ISBN 978-85-67134-05-5. Disponível em: <<https://goo.gl/XmUwkd>>. Acesso em 30 ago. 2021.

CORREIO BRAZILIENSE. **Idosos são mais propensos a compartilhar fake news, diz estudo.** Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2019/01/10/interna\\_tecnologia,730201/idosos-sao-mais-propensos-a-compartilhar-fake-news-diz-estudo.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2019/01/10/interna_tecnologia,730201/idosos-sao-mais-propensos-a-compartilhar-fake-news-diz-estudo.shtml)>. Acesso em 23 set. 2021.

CARBINATTO, Bruno. **Centenas de pessoas morreram por causa de fake news sobre covid – 19.** Super interessante, 2020. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/saude/centenas-de-pessoas-morreram-por-causa-de-fake-news-sobre-covid-19-diz-estudo/>> Acesso em: 25 ago. 2021.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

FACEBOOK. **eleva para 87 milhões o nº de usuários que tiveram dados explorados pela Cambridge Analytica.** 2018. Disponível em: Acesso em: 19 ago 2021.

FRIAS, Otávio. **O que é falso sobre fake news.** Revista USP, São Paulo, n. 116, p. 39-44, janeiro/fevereiro/março, 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa.** 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GULARTE, Bilquia Silveira. **Fake news X Facebook e Whatsapp: um diálogo com os usuários de terceira idade da Biblioteca Pública Amaury dos Santos / Bilquia Silveira Gulate.** – 2019.

IBCCRIM - DO INSTITUTO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS CRIMINAIS – **ACERCA DOS PL'S Nº 6812/2017, 8592/2017, 9647/2017, 9533/2018, 9554/2018, 9761/2018, 9838/2018, 9884/2018 E DO PLS 473/2017, QUE PROPÕEM A CRIMINALIZAÇÃO DAS “FAKE NEWS”.** Disponível em: <<https://www.ibccrim.org.br/media/documentos/doc-07-04-2020-14-13-41-786351.pdf>>. Acesso em: 08 set. 2021.

IBGE. **Agência de Notícias IBGE,** 10 de abril de 2018. Disponível em: . Acesso em: 17 set. 2021.

HARTLEY, J. **Case study research**. In: Catherine Cassel e Gilian Symon (Eds.), *Essential guide to qualitative methods in organizational research*. London: Sage, 2004.

MARTINEZ, Marco. **Como as 'fake news' no WhatsApp levaram um povoado a linchar e queimar dois homens inocentes**. BBC News Brasil. 2018 <<https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-46206104>>. Acesso em 10 set. 2021.

MELLO, Bernardo; RODRIGUES, Renan; AMORIM, Suellen; RANER, Verônica. **Dentro da bolha: campanha redes esbarra em filtros ideológicos**. 2016. Disponível em <https://oglobo.globo.com/brasil/dentro-da-bolha-campanha-nas-redes-esbarra-em-filtros-ideologicos-20148657> Acesso em: 27 ago. 2021.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MONTEIRO, Danielle. **Conheça 6 'fake news' sobre as vacinas contra a Covid-19**. Informe ENSP, 22 abr. 2021. 2p.

MUSSO, P. **A filosofia da rede**. In PARENTE, A. (org). *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

NASCIMENTO, R. A. do; TEIXEIRA, Marcelo Mendonça; AQUINO, Cristiane Domingos de. **As Fake news No Letramento Digital: Da Propaganda Enganosa à Leitura Crítica das Mídias**. 2018.

NITAHARA, Akemi. **WhatsApp é a principal rede de disseminação de Fake news sobre Covid – 19**. Agência Brasil, 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-04/whatsapp-e-principal-rede-de-disseminacao-de-fake-news-sobre-covid-19>>. Acesso em: 02 set. 2021.

NUÑEZ, Benigno. **Fake news e o direito**. 2018. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/64666/fake-news-e-o-direito>> Acesso em: 17 set. 2021.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA - TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%. G1. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 23 out. 2021.

PIRES, Luciano, **Fake news**, 2017. Disponível em: <<http://www.portalcafebrasil.com.br/artigos/fake-news/>>. Acesso em: 17 set. 2021

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 277p.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **Reuters Institute Digital News Report 2020**. Londres, 2020. 112 p. Relatório. Disponível em [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/202006/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/202006/DNR_2020_FINAL.pdf) . Acesso em: 25 set. 2021.

ROCHA, Telma Brito. **Fake news e os desafios da educação na contemporaneidade.** Notícias, Revista Docência e Cibercultura, abril de 2020, online. ISSN: 2594-9004. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/announcement/view/1070/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

ROSENBERG, Matthew; CONFESSORE, Nicholas; CADWALLADR, Carole. 2018. **How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions.** Disponível em: Acesso em: 19 ago. 2021.

ROSSI, Mariane. **Mulher espancada após boatos em rede social morre em Guarujá, SP.** G1 Santos. 2021. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/santos/regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>>. Acesso em: 21 ago. 2021.

SANTAELLA, Lucia. **Temas e dilemas do pós-digital: a voz da política.** 1. ed. São Paulo: Paulus, 2016. v. 1.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

PORTO, Milena. **Era da Fake news: a importância de passar notícias de fonte seguras.** 2021. Disponível em: <<https://www.webposto.com.br/blog/dicas/era-fake-news-a-importancia-de-passar-noticias-de-fonte-seguras/>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

VALENTE, Jonas. **Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa.** 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>>. Acesso em 10 out. 2021

VIANA, Raiane Carolina Tenório. **Os impactos das fake news na sociedade de usuários da informação.** 2018. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018.

VIJAYARAGHAVAN, Abinaya. 2018. **Cambridge Analytica files for Chapter 7 bankruptcy.** Disponível em: Acesso em: 19 ago. 2021.

