

O protagonismo da competência em informação no contexto das *fake news*

Rafaela Carolina da Silva
rafaela.c.silva@unesp.br

Beatriz Rosa Pinheiro dos Santos
pinheiro.santos@unesp.br

Selma Letícia Capinzaiki Ottonicar
selma.leticia@unesp.br

Ieda Pelógia Martins Damian
Universidade Estadual Paulista, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Marília, SP,
Brasil
iedapm@usp.br

DOI: <https://doi.org/10.26512/rici.v15.n2.2022.36755>

Recebido/Recibido/Received: 2021-03-03

Aceitado/Aceptado/Accepted: 2022-07-04

ARTIGOS

Resumo

Abordou-se a relação entre a competência em informação e as *fake news* no universo das mídias e redes sociais digitais, por meio das fontes relativas à competência em informação, *fake news* e desinformação, na era da informação. Objetivou-se apresentar as relações existentes entre as *fake news* e a competência em informação, sugerindo diretrizes para a identificação e redução da influência das *fake news* no contexto das mídias e redes sociais digitais. Para tanto, buscou-se enfatizar o impacto que as notícias falsas, correntes nas mídias e redes sociais digitais, geram à sociedade, destacando a competência em informação como a principal estratégia de combate às *fake news* e de capacitação informacional humana. Tratou-se de uma pesquisa bibliográfica. Os resultados demonstraram que é papel dos cientistas e profissionais da informação trabalharem em prol do combate às *fake news* no ambiente das mídias e redes sociais digitais. Os efeitos da falsificação da notícia podem ser perigosos, oferecendo riscos à consistência da sociedade. Como considerações finais, afirmou-se que a competência em informação é o processo norteador para o preparo e capacitação humanas acerca do acesso e do uso eficaz da informação nos seus multivariados contextos, bem como que esse processo é essencialmente importante na causa de combate às *fake news*.

Palavras-chave: Competência em informação. *Fake news*. Mídias sociais. Redes sociais. Desinformação.

The protagonism of Information Literacy from the perspective of fake news

Abstract

The relationship between information literacy and fake news in the universe of digital media and social networks was addressed, through information literacy, fake news and disinformation, in the information age, research sources. The study aimed to present the relationships between fake news and information literacy, suggesting guidelines for the identification and reduction of the influence of fake news in the context of digital media and social networks. Therefore, the research emphasized the impact of fake news, current in digital media and social networks, generate on society, highlighting the information literacy as the main strategy to combat fake news and human informational training. It was carried out a

bibliographic research. The results showed that the role of scientists and information professionals is to work against fake news in the environment of digital media and social networks. The effects of falsifying news can be dangerous, posing risks to society's consistency. As final considerations, it was stated that information literacy is the guiding process for human preparation and training about access and effective use of information in its multivariate contexts, as well as that this process is essentially important to combat fake news.

Keywords: Information Literacy. Fake news. Social media. Social network. Misinformation.

El protagonismo de la Alfabetización Informacional en la perspectiva de las fakenews

Resumen

Se abordó la relación entre la alfabetización informacional y las fakenews en el universo de los medios y redes sociales digitales, a través de las fuentes de investigación acerca de la alfabetización informacional, fakenews y desinformación, en la era de la información. El estudio tuvo como objetivo presentar las relaciones entre las noticias falsas y la alfabetización informacional, sugiriendo pautas para la identificación y reducción de la influencia de las noticias falsas en el contexto de los medios digitales y las redes sociales. Por lo tanto, la investigación enfatizó el impacto que las noticias falsas, actuales en los medios y redes sociales digitales, generan en la sociedad, destacando la alfabetización informacional como la principal estrategia para combatir las noticias falsas y para la formación informacional humana. Se llevó a cabo una investigación bibliográfica. Los resultados mostraron que el papel de los científicos y profesionales de la información es trabajar contra las noticias falsas en el entorno de los medios y las redes sociales digitales. Los efectos de la falsificación de noticias pueden ser peligrosos y poner en riesgo la coherencia de la sociedad. Como consideraciones finales, se planteó que la alfabetización informacional es el proceso orientador de la preparación y capacitación humana sobre el acceso y uso efectivo de la información en sus contextos multivariados, así como que este proceso es de fundamental importancia para combatir las fakenews.

Palabras clave: Competencia en información. Noticias falsas. Medios de comunicación sociales. Redes sociales. Desinformación.

1 Introdução

Atualmente, nas plataformas digitais, a produção e o uso das informações têm crescido de maneira exponencial. “Atualmente, 5,22 bilhões de pessoas utilizam dispositivos móveis, o que equivale a 66,6% da população mundial total” (LEONEL, 2021, s.p.). Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o percentual de brasileiros, acima de 10 anos, que acessava a internet em 2005 era de 65% (NEVES; BORGES, 2020). Em 2008, esse percentual subiu para 75,3%, representando 56 milhões de usuários. Ao se pensar na lógica de que a quantidade, na maioria das vezes, não gera qualidade, presume-se que as informações produzidas no âmbito das mídias sociais podem não ser apropriadas para uso no processo de subjetivação e na orientação da conduta.

Por exemplo, no contexto político, informações falsificadas, com o objetivo de enganar, são criadas e disseminadas como verdadeiras, sempre com o intuito de apoiar algum partido e/ou candidato político, em detrimento de outro. No âmbito social, notícias falsas, mais comumente chamadas de *fake news*, são publicadas nas redes sociais, em prol de promover a competitividade entre as instituições e prejudicá-las. Na complexidade abordada por esse assunto, tem-se a desinformação científica, ou a utilização de técnicas de comunicação para

induzir ao erro ou dar uma falsa imagem de tópicos da comunidade científica. É o caso do aquecimento global, das mudanças climáticas (LUBCHENCO, 2017) e da vacinação (GOSTIN, 2014). As *fake news* são construídas mediante falsas informações, chamando a atenção dos internautas circulando veementemente nos veículos comunicacionais. Para Mason, Krutka e Stoddard (2018), as pessoas têm a tendência de serem cativadas por aspectos sociais e emocionais de mensagens, sendo esse o motivo pelo qual as *fake news* chamam a atenção. A falsificação das notícias leva em conta estratégias metacognitivas, usando recursos visuais em conjunto com textos, de maneira a criar determinada interpretação e manipulação da mensagem.

De acordo com Darnton (2017), o compartilhamento das falsas informações teve um alto crescimento no século XVIII, em Londres, com o aumento da circulação de periódicos. Hoje em dia, pela complexidade de operação das plataformas digitais, essa circulação passa a ser ainda mais acelerada.

Entende-se que o universo da informação, ainda nos dias de hoje, encontra suas premissas na sociedade da informação, decorrendo de três objetivos principais: 1. inclusão de todos os cidadãos, famílias, escolas, empresas e órgãos da administração pública na era digital; 2. criação de uma sociedade digitalmente instruída; e 3. segurança na abrangência e socialização da informação. (POLIZELLI, 2008). Portanto, o foco da sociedade da informação está na competência tecnológica, ou seja, nas infraestruturas de rede de compartilhamento e interação entre indivíduos, por meio das tecnologias. Todavia, parte de uma supervalorização das tecnologias, principalmente pela pressão instituída pela convergência das mídias, tecnologias e pessoas, com vistas a uma cultura digital.

Nesse cenário, o acesso à informação não é totalmente democrático e o seu uso passa a ter um valor mercadológico, de posse das classes dominantes. Ou seja, a ideia de vender a todo custo, ou de competir entre as organizações, interfere na formação da Sociedade da Informação, uma vez que a informação passa a ser reconhecida pelo seu valor econômico e, portanto, de com maior índice produção advindo das pessoas que detém o poder. Isso fragiliza a busca por processos de valorização do ser humano, como é o caso da competência em informação.

Diante desse universo informacional dos riscos ofertados por ele, práticas éticas, críticas, conscientes e competentes relativas às informações são extremamente importantes de serem trabalhadas, uma vez que auxiliam o usuário das redes digitais e dos veículos comunicacionais a buscarem, acessarem, recuperarem, produzirem, utilizarem e compartilharem, de forma efetiva, informações nos mais variados contextos da vida. Dito isso, o processo de competência em informação (CoInfo) torna-se protagonista no trabalho de lidar

com as *fake news*. Segundo Brisola e Romeiro (2018, p. 3), para enfrentar tipos de notícias manipulativas, que escondem a verdade e distorcem a realidade, “[...] é desejável que a pessoa cidadã tenha competência em informação, enfatizando o pensamento crítico, consciência crítica e pensamento reflexivo”.

As notícias falsas costumam enganar e chamar a atenção do leitor, por serem polêmicas, apelativas e dramáticas. A criação e o uso das *fake news* são um problema social, já que elas se aproveitam das fragilidades intelectuais e psicológicas dos cidadãos, a fim de protagonizar uma manipulação em massa e alcance de poder, sobretudo econômico. D’Ancona (2018a) cita que a honestidade e a exatidão dos fatos não são mais consideradas entre as relações e trocas políticas. Além disso, para o autor (2018), a maior tendência global atual se encontra baseada na disputa pela posse da verdade. Dessa maneira, esse contexto, latente na atuação dos seres humanos, em seus mais variados contextos, contribui para um colapso global, que valoriza a desinformação e a ignorância e desvaloriza a ciência, o trabalho e a moralidade. Talvez, o maior problema para a erradicação desse colapso seja o fato de que as *fake news* tornaram-se potentes, justamente por se vestirem de uma “outra” moralidade, ou falsa moralidade, o que dificulta o seu combate.

Existem algumas ferramentas tecnológicas, representadas por plataformas (*sites* e aplicativos), que objetivam checar a veracidade das *fake news*, todavia, se o indivíduo não for competente em informação, dificilmente irá se conscientizar da importância do uso dessas ferramentas. Isto posto, elas não serão utilizadas. Mais do que isso, a competência em informação é o processo que irá preparar o ser humano para produzir, gerenciar, acessar, avaliar e usar a informação de maneira efetiva.

A Competência em Informação é definida como um conjunto de competências e habilidades que propiciam ao indivíduo a compreensão de como a informação é produzida, gerenciada, acessada e utilizada na criação de novos conhecimentos e na participação ética nas comunidades de aprendizagem (AMERICAN..., 2015).

Diante desse contexto, o presente estudo parte do seguinte problema de pesquisa: de que maneira a competência em informação pode reduzir as consequências nocivas das *fake news*? O objetivo central da pesquisa é apresentar as relações existentes entre as *fake news* e a competência em informação, sugerindo diretrizes para a identificação e redução da influência das *fake news* no contexto das mídias e redes sociais digitais.

Esta pesquisa foi desenvolvida mediante os princípios teóricos de Marconi e Lakatos (2008), no que tange ao estudo do tipo bibliográfico, elaborada a partir da leitura e análise de materiais como artigos científicos, dissertações, teses e livros. As buscas foram realizadas, especialmente, nas seguintes bases de dados: *Scientific Electronic Library Online* (SCIELO), Base

de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), SCOPUS, *Library and Information Science Abstracts* (LISA) e Acervo Bibliográfico Parthenon, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Faculdade de Filosofia e Ciências. As palavras-chave utilizadas foram: ‘*fake news*’, ‘dados de pesquisa’, ‘Competência em Informação/Competência Informacional’, e ‘Desinformação na Era da Informação’.

Delineou-se a busca para a área da Ciência da Informação, nas línguas de conhecimento dos autores: português, inglês, espanhol e francês. Dos resultados obtidos, selecionou-se apenas os artigos científicos, pois, além de serem de amplo acesso, sintetizam as ideias das teses e dissertações, obtendo maior visibilidade acadêmica. Como o objetivo era recuperar o máximo de material possível, não delimitou-se o tempo de publicação desses artigos. Os temas além competência da informação foram escolhidos pela sua notoriedade e visibilidade nos dias atuais. Portanto, pretendeu-se compreender como a competência em informação poderia trabalhar com esses fenômenos.

Para Gil (2012), a pesquisa bibliográfica se define como a identificação e acesso de bibliografias já publicadas, o que coloca o pesquisador em uma posição de contato com tudo aquilo que já foi apontado e refletido sobre os temas de interesse.

De acordo com Fonseca (2002) existem algumas pesquisas que são baseadas apenas na revisão da literatura, com o objetivo de coletar informações e conhecimentos já estabelecidos e que podem trazer novas perspectivas para o problema do pesquisador. Em paralelo, pode-se afirmar que o estudo em questão, além de utilizar a pesquisa bibliográfica como aporte de resposta ao problema apresentado, igualmente procura, por meio da literatura, criar novos conhecimentos, que poderão ser utilizados tanto por pesquisadores como por qualquer outro indivíduo que busque tornar-se competente em informação com relação ao seu contato com as *fake news* nas mídias sociais.

Presume-se que a ColInfo é um processo relevante para os parâmetros da sociedade atual, pautada no valor da informação e no conhecimento. Isso se deve ao fato de que, em um mundo onde informação fidedigna, e não fidedigna, pode ser produzida e acessada em um mesmo lugar, e em grande quantidade, torna-se essencialmente necessário que os usuários estejam preparados para distinguir a diferença entre elas.

2 Mídias sociais e dados de pesquisa

Como destaca Choudhury (2014), a internet propiciou uma rede de conexões de informações em diversos meios, utilizando-se, principalmente, das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a fim de definir suas relações sociais e econômicas. Nessa perspectiva, a sociedade se reconfigura para um ambiente social marcado pelo digital, onde o

contexto informacional se caracteriza pela produção, disseminação e consumo de informações em formato *Web* (de internet), destacando-se o compartilhamento da informação em mídias sociais, como o *Facebook* e o *Twitter* (CAPURRO, 2009).

As redes eletrônicas de informação e de comunicação, ênfase para a internet, expandem de forma imensurável as oportunidades de contato entre as pessoas. Inexiste a exigência de dois ou mais indivíduos estarem conectados e online, simultaneamente, para a troca de informações, discussões, avanço de projetos, dentre outras possibilidades. Agora estamos mais acessíveis, pois a internet está disponível em quase tudo o que se faz ou se pensa. (RIMÁ; GARCIA; TARGINO, 2020, p. 13).

Importante destacara diferença entre mídias e redes sociais. Kaplan e Haenlein (2010) afirmam que as mídias sociais são grupos de aplicações da *web* que representam as ideologias e fundamentações da *Web 2.0*, em que há o compartilhamento de conteúdo, esse gerado pelos usuários. Dessa maneira, a mídia social é o ambiente *online* de compartilhamento de informações. As redes sociais digitais, segundo Marteleto (2001, p.72), representam “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. A rede não é linear e, portanto, caracteriza-se por ser descentralizada, flexível e dinâmica, sem limites definidos e auto-organizáveis em sua cooperação (COSTA *et al.*, 2006), pressupondo agrupamentos e fenômenos coletivos para diferentes tipos de relações: trabalho, estudo, amizade, entre outros. A rede social implica na criação de relacionamento com as pessoas, compartilhando objetivos e valores em comum. Assim, não é necessário estar *online* para fazer parte de uma rede social, mas, é preciso haver uma mídia social para se ter um *site* de rede social.

Para Lévy (2010), o processo de comunicação gira em torno da universalidade, da totalização e do contexto em que a informação está sendo produzida. A universalidade pode ser percebida na escrita, pois, ela preserva o sentido da informação, independentemente do seu contexto de compartilhamento e recebimento; a totalização é a capacidade que essa mensagem universal tem de reduzir as mutações de significado; já o contexto abarca as diferentes formas de comunicação da informação, de acordo com o ambiente onde ela é produzida.

Entende-se que a comunicação contextualizada representa uma das primeiras formas de comunicação vistas pelo homem, a oral, passível de se modificar de acordo com quem a emite. O hipertexto e a cibercultura, advindos da *web*, trazem consigo a informação contextualizada, juntamente com a necessidade de universalização da informação e de totalização da mesma, pois, nesses ambientes, as informações são reconfiguradas a todo o momento pelos seus usuários. Nesses espaços, as mensagens advindas do compartilhamento de informações são continuamente reconstruídas, reestruturadas e ressignificadas, de maneira

coletiva. Trata-se do contexto da Web 2.0, destacado por Primo (2007) como sendo um espaço de maior interatividade e participação na internet.

A Web 2.0 mudou o formato de apenas leitura para leitura e escrita, caracterizando-se por fortalecer o trabalho coletivo na construção social do conhecimento. Como Bauman (2001) propõe, a liquidez toma conta da vida e das relações humanas, sendo esse o modo como se dá a informação. Dito isso, pode-se dizer que a informação, nos dias de hoje, é líquida, ou frágil, perante o conjunto de instituições, regras, lutas e sistemas simbólicos, políticos e econômicos que emergem na estrutura da sociedade. Sendo assim, os indivíduos são capazes de serem influenciados pelas coerções advindas das suas diferentes relações sociais, o que pode interferir no seu modo de pensar, agir e sentir.

Segundo o Dicionário Online de Português (2020), a desinformação é a ação ou o efeito de desinformar; falta de conhecimento; ignorância. Logo, entende-se a desinformação como a propagação de uma informação inverídica ou errada, divulgada com o objetivo de se impor como verdade. À título de exemplificação, vê-se que alguns políticos se defendem de notícias críticas às suas ações, dizendo que são *fake news*. Nesse ponto, se utilizam do advento da desinformação para atacarem as informações de qualidade ao seu respeito. Esse tipo de estratégia foi bastante utilizada pelo expresidente dos Estados Unidos da América (EUA), Donald Trump (AHRENS, 2017). Acredita-se que, diante desse contexto de informações, desinformações e interesses de indivíduos, a mídia social se torne principal propulsora dessas ideias. Portanto, os cidadãos têm o desafio de saber como avaliar as informações que recebem, por meio do pensamento crítico e reflexivo.

Como possibilidades de estudos futuros, destaca-se a necessidade de apresentação, de maneira concreta, da relação entre a competência em informação, as *fake news*, a desinformação e as redes sociais. Os estudos encontrados, até o momento, apenas descrevem as possíveis convergências entre os assuntos.

3 Fake news como dado de pesquisa: traços históricos, políticos e sociais

O tráfego de informações e as novas formas de acesso e produção de conteúdo nas mídias sociais, além de possibilitarem o acesso a informações antes inacessíveis à população, facilitam a disseminação e o consumo de conteúdos falsos, distorcidos e/ou manipuladores, na medida em que ferem a confiabilidade das informações compartilhadas em rede (LEITE; MATOS, 2017). As *fake news*, ou notícias falsas, nesse sentido, acabam formando opiniões e construindo conhecimentos falsos, que serão propagados, em uma bola de neve de compartilhamento, até chegarem a uma proporção inevitável.

Para Aristóteles (2001, p. 1), a ética diz respeito à designação das ciências que devem “[...]ser estudadas num Estado, quais são as que cada cidadão deve aprender, e até que ponto”. Destaca-se que o autor trata do compartilhamento da informação por organizações físicas e jurídicas, em um perpasso da política que envolve a sociedade como um todo. Portanto, é possível perceber a necessidade de se ter responsabilidade política e ética em sociedade, em prol de determinar as informações que estarão, ou não, acessíveis ao povo, bem como as que se designarão como verdadeiras ou falsas. Destaca-se que hoje em dia há um intenso questionamento sobre a construção da verdade, que envolve a ética.

Dito isso, quando a ética é deixada de lado, percebe-se o surgimento das *fake news*. Ramonet (2003, p. 247) elucida que os poderes econômico e Estatal se unem ao poder das mídias propagadoras de informação, logo, a informação “Não é um discurso que tenha vocação ética de educar o cidadão ou informar, no bom sentido da palavra, o cidadão, pois tem essencialmente antes de mais nada uma perspectiva comercial”. Nesse ponto de vista, compra-se e vende-se informação com o objetivo de obter lucros.

Holbert (2005) enfatiza que o gênero das notícias falsas representa uma programação em que o foco central do programa, ou uma porção muito específica e bem definida, é dedicada às sátiras políticas, destacando as inconsistências da retórica, com vistas a satirizar as normas governamentais propostas em sociedade. Não se sabe, ao certo, quando o termo foi cunhado, portanto, infere-se que, por ser um fenômeno social, criado pelo contato dos indivíduos em sociedade, esteja nela presente desde os seus primórdios.

No contexto brasileiro, pode-se citar o programa “Zorra Total”, da rede de televisão comercial aberta Rede Globo. O intuito do programa é satirizar práticas governamentais, como conteúdo de seus quadros de comédia. O *First Draft*, projeto da Universidade de Harvard, compreende que a sátira e a paródia representam uma categoria de *fake news*, mas, sem a intenção de enganar (WARDLE, 2017).

Para Webster (2017), o termo *fake news* surgiu no final do século XVIII, a partir dos anos 1890, no contexto da imprensa estadunidense, com a denominada desordem da informação. A desordem é composta da criação, produção e distribuição da informação, além das características da mensagem transmitida e da forma como o receptor compreende a informação e suas eventuais ações. De acordo com Pangrazio (2018), a expressão se generalizou em novembro de 2016, no período das eleições norte-americanas, inicialmente descrevendo a divulgação de informações, por jornais locais, de maneira cínica, preconceituosa, ou com vieses já existentes.

Como afirmam Tandoc, Lim e Ling (2018), a disseminação da desinformação não é um fenômeno novo na história da comunicação, mas, a velocidade de transmissão da informação

trazida pelas tecnologias digitais auxiliou na popularização das notícias falsas. Nesse âmbito, fatores como instantaneidade digital e baixo nível de literacia midiática de usuários da informação digital contribuem para a propagação das *fake news*. Os autores acreditam que

Duas motivações principais são a base da produção de notícias falsas: financeiras e ideológicas. Por um lado, histórias ultrajantes e falsas que se tornam virais - precisamente porque são ultrajantes - fornecem aos produtores de conteúdo cliques que são convertíveis em receita de publicidade. Por outro lado, outros provedores de notícias falsas, produzem notícias falsas para promover ideias particulares ou pessoas que eles favorecem, muitas vezes desacreditando outras pessoas. (TANDOC; LIM; LING, 2018, p. 2).

Para autores como Bakir e McStay (2018), Berkowitz e Schwartz (2016) e Wardle (2017), as definições de notícias falsas são variadas e se fundamentam na incorporação de elementos falsos ao conteúdo da informação disseminada, por meio da sua propagação *online* (BOUNEGRU *et al.*, 2018). Tendo isso em vista, as *fake news* podem ser definidas em duas estâncias, como “[...] totalmente falsas ou que contêm elementos enganosos em seu conteúdo” (BAKIR; MCSTAY, 2018, p. 2, tradução nossa), buscando desfocar “as linhas entre o que é ou não ficção” (BERKOWITZ; SCHWARTZ, 2016, p. 4, tradução nossa).

Na tentativa de encontrar uma resolução para as *fake news*, postos de notícias e universidades têm sido rápidos em responder ao mais recente momento das notícias falsas, lançando aplicativos *online* de verificação de fatos, bem como ferramentas digitais capazes de verificar a validade de fatos e ideias apresentadas em artigos (PANGRAZIO, 2018). Todavia, ressalta-se que, sem a devida competência em informação, a sociedade não consegue usar tais aplicativos.

O *Facebook* e o *Google* introduziram ferramentas em suas plataformas para auxiliarem os usuários a identificarem e a relatarem notícias falsas. O *Facebook* circulou dicas para ajudar os usuários a encontrarem notícias falsas e as denunciarem (POGUE, 2017), assim como editores humanos para avaliarem o conteúdo das buscas e pesquisas realizadas pelos usuários (LEONG, 2017). Contudo, essas iniciativas ainda estão muito longe de resolverem o problema das *fake news*.

Dessa maneira, entende-se que as *fake news* não são apenas enganosas, mas também generalizam as diferentes maneiras pelas quais as notícias podem ser manipuladas. Nessa perspectiva, percebe-se a necessidade de uma competência no uso e no compartilhamento de informações, a fim de se evitar a ampla divulgação de notícias falsificadas.

4 Competência em informação

A internet (*web*) modificou a forma como as pessoas se relacionam, principalmente, a partir da criação das redes sociais. Nessas redes, os indivíduos podem acessar conteúdos escritos por qualquer pessoa. Assim, as mídias sociais digitais facilitaram a comunicação e aproximaram pessoas que moram longe. Contudo, certos indivíduos perceberam que grande parte dos membros das redes acreditavam cegamente nas informações que recebiam. A partir de então, grupos vem disseminando notícias falsas ou deturpadas, conhecidas como *fake news*.

As *fake news* podem ser classificadas como desinformação e têm o objetivo de influenciar, negativamente, na conduta de um indivíduo. Atualmente, já existem organizações que trabalham com a desinformação e contratam pessoas anônimas, por meio de *sites*, para divulgar notícias enganosas. Têm-se, nessa área, novas oportunidades de atuação e investimento para os profissionais da informação, em prol de combater a propagação das *fake news*.

Ao lidar com as informações na rede, é fundamental que os sujeitos saibam acessar, avaliar e usar a informação de qualidade para construir conhecimento (OLIVEIRA-DELMASSA; OTTONICAR; SANTOS, 2018). Para realizar tais ações, os indivíduos podem contar com a competência em informação, como uma capacidade de aprendizagem, e buscar informações fidedignas (BELLUZZO, 2007; BELLUZZO; FERES, 2015; OTTONICAR; VALENTIM; FERES, 2016; LAU, 2007; AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION, 2014). Meneses Placeres (2008, p. 3, tradução nossa) aponta que a ColInfo

[...] surgiu desde a década dos anos 1970 na infosfera como uma das práticas profissionais que respondem diretamente às demandas dos cenários socioculturais das sociedades complexas, caracterizadas pela articulação de múltiplos discursos sobre a informação e sua relação com o funcionamento destas sociedades, o crescimento econômico, a mudança social, e todo ele estritamente vinculado com a expansão das tecnologias de informação e comunicação, entre outros fatores.

Tendo isso em vista, a ColInfo trabalha em um cenário de mudanças, em que os recursos informacionais precisam “[...] ser aplicados às situações de trabalho, na resolução de problemas, por meio do aprendizado de técnicas e habilidades no uso de ferramentas de acesso à informação (DUDZIAK, 2001, p. 24). Segundo Yafushi (2015, p. 205-206), a ColInfo está relacionada ao saber “[...] como acessar, diagnosticar, usar, recuperar, tratar, reter, descartar, interpretar e gerenciar as informações, não só por meio de bases de dados disponibilizadas na internet, mas também das bases humanas, compartilhando e trocando conhecimento”.

Demasson, Patritdge e Bruce (2016, p. 3) explicam que “a competência em informação fornece os meios pelos quais a experiência da pessoa com a informação (o modo como eles localizam, avaliam e geram informação) pode ser examinada e entendida”. Essa competência

abarca as capacidades, habilidades e as experiências dos indivíduos em relação ao uso da informação (BELLUZZO, 2007; BRUCE, 1999; ASSOCIATION..., 2014) que, com isso, podem tomar decisões, resolver problemas e inovar (OTTONICAR, 2016), aprendendo ao longo da vida (BRUCE, 1999; BELLUZZO; FERES, 2015; DUDZIAK, 2003; YAFUSHI, 2015).

Para Belluzzo, Kobayashi e Feres (2004, p. 87), a ColInfo pode ser conceituada como o “[...] conjunto de comportamentos, habilidades e ações que envolvem o acesso e uso da informação de forma inteligente, tendo em vista a necessidade da construção do conhecimento e a intervenção na realidade social”. Isto posto, a ColInfo

[...] é uma capacidade essencial, necessária aos cidadãos para se adaptar à cultura digital, à globalização e à emergente sociedade baseada no conhecimento. Implicaria fundamentalmente que as pessoas tivessem capacidade de entender suas necessidades de informação e de localizar, selecionar e interpretar informações, utilizando-as de forma crítica e responsável. (CAMPELLO, 2009, p. 12-13).

Portanto, a competência em informação contribui para que o indivíduo possa verificar a ideologia por trás das fontes de informação (LAU, 2007; BELLUZZO, 2007; BEAL, 2004), ou os valores e princípios que contextualizam a formação da informação; avaliar a veracidade dos fatos (BELLUZZO, 2007; OTTONICAR, 2016; YAFUSHI, 2015); e se preocupar com a qualidade da informação obtida, atentando-se para o fato de a informação recuperada ser a esperada, de acordo com fontes fidedignas (BEAL, 2004). A avaliação da informação ocorre, sobretudo, por meio da comparação do conhecimento adquirido com outro *a priori*, de modo que os indivíduos possam convergir esses conhecimentos e, então avaliarem e interpretarem a informação que estão recebendo, por meio do reconhecimento dos seus valores e princípios, bem como da ideologia de quem cria e dissemina a informação (BELLUZZO, 2007; BUNDY, 2004; LAU, 2007).

Lau (2007) disserta que a ColInfo permite aos indivíduos acessarem a informação de maneira mais eficiente e eficaz, uma vez que proporciona a eles habilidades de avaliação crítica e competente da informação, o que se replica no seu uso preciso e criativo. Dito isso, de acordo com a *International Federation of Libraries Associations and Institutions* (IFLA, 2020), para se identificar *as fake news* é necessário: 1. considerar a fonte da informação; 2. pesquisar acerca do autor da notícia; 3. verificar a data da publicação; 4. prestar atenção em preconceitos individuais; 5. pesquisar sobre o tema; 6. checar as referências; 7. detectar sátiras; e 8. conversar com especialistas. Tais parâmetros serão mais bem discutidos na seção “Análise e Discussão de Resultados” deste artigo.

Sendo assim, os indivíduos precisam pesquisar sobre a fonte da informação acessada e sobre quais ideologias os motivaram a compartilhar suas ideias (BELLUZZO, 2007; OTTONICAR, 2016; OTTONICAR; FERES, 2015). Além disso, precisam contar com sua experiência de vida e de

uso da informação a respeito de diversas temáticas, principalmente nas redes digitais. O contexto de vida do indivíduo é fundamental para compreender a informação como experiência, portanto, não se pode impor comportamentos específicos em se tratar de uma pessoa competente em informação. Em cada ambiente, o indivíduo aprende novas habilidades e desenvolve capacidades, a fim de se adaptar e tomar decisões. Ressalta-se que a competência em informação é movida pela curiosidade dos indivíduos. Tal curiosidade pode ser compreendida como a motivação de aprender ou realizar uma tarefa. A aprendizagem e a aplicação prática de uma atividade são exemplos de uso da informação. Portanto, a competência em informação necessita ser protagonista para que os sujeitos saibam lidar com as informações falsas.

5 Análise e discussão dos resultados

No Brasil há uma forte presença e uso do aplicativo *WhatsApp*, comumente instalado em *smartphones*. Essa rede social possibilita a comunicação instantânea com pessoas, inclusive em outros países, bem como ligações, chamadas de vídeo, compartilhamento de fotos, vídeos e áudios, entre outros. O *WhatsApp* tem sido frequentemente utilizado para se espalhar *fake news* e incentivar-las em outras redes. Por conta disso, e não motivados apenas pelo *WhatsApp*, jornais brasileiros, como a Folha de SP e o G1 têm colunas específicas dedicadas a demonstrar a veracidade das informações que correm pelo mundo, em uma tentativa de disputa pela enunciação da verdade. Ressalta-se que os veículos de comunicação utilizam a checagem de informação para confirmar a sua linha de pensamento e posição política, portanto, trabalham com discursos pré-elaborados e bem pensados em seus objetivos. As mídias sociais possuem, ao mesmo tempo, aspectos negativos e positivos. Positivamente, têm contribuído com a facilidade e a redução de custos do processo de comunicação. É possível conversar com um amigo que mora longe em tempo real, por vídeo, como se a pessoa estivesse no mesmo lugar. Contudo, as mídias sociais têm se tornado ambientes facilitadores e favorecedores das *fake news*, principalmente, por grupos de interesses políticos e partidários.

De acordo com Giacoia Junior (2017), as informações transformaram-se, puramente, em mercadorias, visando apenas agradar seus receptores. Sua validade e veracidade já não mais importam. Segundo o autor, atualmente, o valor da informação está na expectativa de realização de desejos e no grau de satisfação que a mesma possa oferecer.

Em vistas de ofertar estratégias mais aprofundadas para a identificação das *fake news* e, ao mesmo tempo, a redução de acesso a elas, Lau (2007) apresentou três padrões internacionais de desenvolvimento de habilidades em informação e aprendizagem permanente,

que representam os preceitos da competência em informação e, concomitantemente, proporcionam embasamento teórico e científico para o combate às notícias falsas. A saber:

- **Padrão 1: Acesso** – O usuário acessa a informação de maneira eficaz e eficiente. Há a definição e a articulação da necessidade de informação, tendo o indivíduo que reconhecer a necessidade de informação, decidir fazer algo para encontrar a informação, expressar e definir a necessidade de informação e iniciar o processo de busca. O segundo passo é a localização da informação. O usuário identifica e avalia as fontes potenciais de informação, desenvolve estratégias de busca, acessa as fontes de informação, bem como a seleciona e recupera. Para exemplificar, um sujeito decide procurar uma notícia sobre a morte de um famoso, pois, ouviu um colega dizer que essa pessoa morreu. Nesse contexto, ao colocar no *Google* a expressão “fulano morreu”, avalia as fontes recuperadas, de maneira a saber quais são, ou não, confiáveis.
- **Padrão 2: Avaliação** – O usuário avalia a informação de maneira crítica e competente. Para tanto, analisa a informação recuperada, examinando-a, extraíndo-a, generalizando-a, interpretando-a, selecionando-a e sintetizando-a, a fim de avaliar a exatidão e a relevância da mesma. Posteriormente, existe o processo de organização da informação, onde o usuário ordena e categoriza, reúne e organiza, além de determinar qual a informação de melhor e maior utilidade. A título de exemplificação, ao acessar a informação recuperada, o indivíduo analisa quem foi o autor da mensagem, sua data de publicação, as referências utilizadas, bem como pesquisa mais sobre o assunto em outras fontes confiáveis, a fim de verificar se a informação examinada condiz com o que está sendo dito por outros autores.
- **Padrão 3: Uso** – O usuário aplica/usa a informação de maneira precisa e criativa. Trata-se do uso da informação em si. O sujeito busca novas formas de comunicar, apresentar e usar uma informação, aplicando-a, apreendendo-a ou internalizando-a como conhecimento. Em seguida, têm-se a comunicação e o uso ético da informação. O indivíduo compreende a utilização ética da informação e passa a respeitar o seu uso legal. Nesse quesito, comunica o produto da informação, reconhecendo a sua propriedade intelectual, além de usar os padrões para o reconhecimento da informação. Exemplificando, ao repostar ou compartilhar uma informação, o usuário descreve suas opiniões acerca da sua postagem, delimitando pontos de concordância e de discordância; para mais, deixa indagações para que outras pessoas se interessem e pesquisem sobre o assunto, jamais disseminando uma verdade como sendo outra.

Nesse pressuposto, ao entender que as *fake news* levam a um diferente foco de alfabetização em redes e mídias sociais, sendo papel das bibliotecas e outras instituições de

ensino educar o usuário sob a perspectiva do pensamento crítico e pensante, a IFLA (2020) criou oito critérios, ou parâmetros, para a detecção de *fake news*. A saber:

1. **Considerar a fonte:** ir além da própria notícia para verificar o *site* onde a mesma está sendo publicada, sua missão e as informações de contato presentes na plataforma.
2. **Checar o autor:** fazer uma rápida pesquisa acerca do autor, verificando se ele possui credibilidade ou, até mesmo, se é real.
3. **Checar a data de publicação:** a repostagem de notícias antigas pode não significar relevância para o atual momento da sociedade.
4. **Checar os próprios preconceitos:** há de se considerar se as crenças pessoais de um indivíduo não estão afetando o seu julgamento acerca da notícia acessada.
5. **Ler mais sobre o tema:** ter em mente que as manchetes querem chamar a atenção do leitor e, portanto, podem ser ultrajantes. É necessário ler a notícia como um todo.
6. **Reparar as referências dadas pelo autor:** clicar nos *links* da reportagem e determinar se a informação à qual eles remetem realmente estão relacionadas com o assunto da notícia.
7. **É uma piada?** Se as informações dadas na notícia parecem estranhas ou desconexas, pode se tratar de uma sátira. Para se ter certeza, é necessário pesquisar mais sobre o *site* e o autor.
8. **Converse com especialistas:** tirar dúvidas com um bibliotecário ou consultar um *site* de verificação dos fatos, ou seja, que reporte se o conteúdo acessado, a plataforma ou o autor são verdadeiros. Tal informação pode ser encontrada ao se digitar o nome do site no *Google*, por exemplo.

Para Santos e Spinelli (2017), as *fake news* ganharam espaço nas mídias digitais por serem atrativas e muito acessadas, por isso, sendo potenciais para desafiar as instituições jornalísticas de um país, principalmente, a ciência e a democracia. Aqui se desenvolve o conceito de pós-verdade, em que se evoca “[...] um autoritarismo da interpretação, que impele os sujeitos a já predispor de determinada leitura cativa dos fatos” (SEIXAS, 2019, p. 131). Dito isso, o indivíduo nessa situação acaba sendo coagido a rejeitar e a compartilhar informações, sem refletir acerca do que é informado como verdade.

O termo pós-verdade foi catalogado no ano de 1992, mas, somente amplamente compartilhado em 2016, com importância política e acadêmica, ao se relacionar ao Brexit e à candidatura de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos (SEIXAS, 2019). Cusick (2018) destaca, no caso Trump, um modelo de pós-verdade em que mentiras foram apresentadas para a eleição do, até então, candidato à presidência dos EUA, antes considerada improvável. A ascensão de Trump, para o autor (2018), foi marcada por mentiras descaradas,

sem consequências negativas, mas, de benefício próprio. Cusick (2018) ressalta que a mentira é, muitas vezes, utilizada como uma arte para o mundo dos negócios, em uma mecânica contundente de gerenciar a inverdade.

D'ancona (2018b) questiona a denominada bonança do Brexit, não existente para ele, mas que muitos afirmam haver. Para o autor (2018b), o governo conservador da União Europeia foi derrubado por um que se dizia prezar pelo social, e que prometeu disponibilizar cerca de 350 milhões de libras, por semana, para o serviço de saúde pública da União Europeia. Os conservadores, então, passaram a se questionar sobre essa decisão, uma vez que, para eles, a promessa poderia não ser entregue. Em verdade, esse dinheiro seria passado de certos serviços de saúde, como a saúde mental, para outros, o que se caracteriza como uma triagem política, antes mesmo de um serviço público. A grande questão gira em torno de uma promessa sem fundamentação, pois, não se tem certeza de onde virá o dinheiro prometido. O que se sabe é que o conservadorismo trabalhou, por oito anos, com um *déficit* de empréstimos à saúde. Com a mudança desse ideal, os impostos podem aumentar, corroborando, ao contrário dos objetivos do Brexit, para o aumento da desigualdade social.

É possível dizer que as *fake news* podem controlar ou influenciar a pós-verdade, essa sempre relacionada a um contexto político ou social. Assim, o conceito de pós-verdade trata das circunstâncias em que a objetividade, ou uma menor autoridade na opinião pública, são menos influentes do que as crenças pessoais e os apelos emocionais.

A pós-verdade têm como palco as mídias digitais, e trata das mudanças nas formas de pensar as notícias, onde se mostra conveniente a construção de verdades, a partir da visão individual de alguns sujeitos. “Cada vez mais, os nossos argumentos não são sobre o que deveríamos estar fazendo, [...] mas sobre o que está acontecendo. [...] o partidarismo rasteiro começou a distorcer nossas próprias percepções sobre o que é "real" e o que não é. Estamos lutando por versões concorrentes da realidade” (MANJOO, 2008, p. 2, tradução nossa). Os utilizadores de redes sociais, por exemplo, tendem a confiar em opiniões formadas e moldadas por grupos influentes, tomando-as como verdade, quando, algumas das vezes, tratam-se de inverdades (BALDACCI; BUONO; GRASS, 2017). No Brasil, fenômeno parecido ocorreu na semana que antecedeu a votação da abertura do processo de Impeachment da então presidenta Dilma Rousseff: três das cinco notícias mais compartilhadas no Facebook eram falsas, de acordo com o Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (USP), que investigou o desempenho de 8.290 reportagens, publicadas por 117 jornais, revistas, sites e blogs noticiosos entre 12 a 16 de abril de 2016. (DELMAZO; VALENTE, 2018, p. 159).

Isto posto, ao se basear no conceito e nas características da competência em informação, Castro (2018) criou estratégias para a redução de acesso das *fake news* nas mídias digitais. Logo, uma *fake news* partiria das seguintes premissas: 1. informação apresentada de maneira “viralizada”, ou compartilhada por um grande número de pessoas; 2. título da

mensagem contendo adjetivos apelativos; 3. textos com erro de português; 4. fonte de informação desconhecida ou de origem suspeita; 5. mensagens sem data; e 6. postagens feitas de maneira ininterrupta. Ressalta-se que algumas peças de *fake news* simulam produtos jornalísticos com perfeição.

Exemplificando, na rede social *Twitter* uma informação tuitada pode formar uma “cascata de rumores”, quer dizer, uma informação disseminada em linha contínua e com a mesma origem. Por outro lado, quando uma pessoa publica a mesma informação de maneira independente, é criada uma nova cascata, sendo a notícia avaliada pelo seu tempo e abrangência. Como informa Castro (2018), em especial no *Twitter*, o maior número de *fake news* propagadas no ano de 2018 estava relacionada a assuntos como política, seguido das lendas urbanas, dos negócios, do terrorismo e da guerra, da ciência e da tecnologia, do entretenimento e, por último, dos desastres naturais.

Assim, e com base nos padrões de Lau (2017), nos parâmetros da IFLA (2020) e nas estratégias de Castro (2018), foi possível, neste estudo, traçar diretrizes de redução do acesso e, concomitantemente, das consequências nocivas das *fake news* no contexto da informação digital. Acredita-se que o acesso e a propagação das *fake news* podem diminuir significativamente, por meio de uma intervenção informacional para a identificação de notícias falsas. A saber:

- O usuário necessita estar consciente das suas necessidades informacionais, e não internalizar para si notícias (*posts*) que não forem necessárias, pois, as *fake news* circulam temas ligados às necessidades de informação, como é o caso da pandemia da COVID-19;
- Se a notícia (*post*) estiver no conjunto de informações necessárias, o usuário deve avaliar sua fonte e acessá-la apenas se for confiável. Para tal, deve-se seguir os critérios de autoria (descrição do autor, informação sobre o autor, meio de contato, logotipo da organização, declaração de princípios e propósitos), de atualização (data de criação, data de atualização, informação atual e atualizada, existência de *links* obsoletos ou incorretos), de conteúdo (cobertura, exatidão, precisão, rigor, pertinência, objetividade), de acessibilidade (*design* de *site* compatível com diferentes versões de navegador e resoluções de tela, versões alternativas de visualização, impressão correta, cumprimento de normas, ajuda para navegação e compreensão de conteúdos, versões em outras línguas), de funcionalidade (estrutura lógica – tabela, menu de conteúdos, pertinência e adequação dos títulos das seções, existência do mapa do site com *links*, sistema de busca de conteúdo próprios), de navegabilidade (menu de conteúdos, botões de navegação) e de *design* (funcionalidade, atratividade, combinação de cores,

formas e imagens, tipografia textual adequada, homogeneidade de estilo e formato) (PINTO, 2018);

- Ao acessar qualquer notícia e informação que considera necessária, o usuário deve examinar e extrair os principais pontos desse *post*, interpretar os pontos examinados e extraídos, sintetizá-los e, por fim, avaliar a sua relevância. Ademais, o usuário necessita buscar mais notícias que sejam do mesmo cunho, ou seja, mais opções que possam satisfazer suas necessidades informacionais. A partir disso, ordenar, categorizar, reunir e organizar todas as informações e notícias recuperadas, compará-las e determinar qual possui mais utilidade;
- Ao se deparar com notícias falsas, o usuário deve compartilhá-las, comunicando o seu caráter falso, a fim de que outros usuários sejam conscientizados;
- O usuário deve compreender o uso ético da informação e utilizar essa prática.

Nesse cenário, cabe ressaltar o papel dos profissionais da informação, sobretudo, dos bibliotecários, especialistas que, usualmente, possuem conhecimento dos padrões de letramento informacional, em prol de combaterem as *fake news*. Ao aplicar os padrões de competência em informação em ambientes informacionais, tais profissionais contribuem para com o desenvolvimento de seres críticos e pensantes, que não aceitam qualquer informação que recebem como verdadeira, sem antes refletir sobre. Desses ambientes, que podem ser ou não digitais, em mídias ou redes sociais, o bibliotecário se mostra com alta capacidade no combate às notícias falsas, ampliando o leque de informações disseminadas, de maneira eficiente e eficaz, além de ter participação fundamental na indicação de fontes confiáveis.

6 Conclusões

Buscou-se verificar, nesta pesquisa, como a competência em informação pode reduzir as consequências nocivas das *fake news*, por meio de uma revisão bibliográfica que relacionasse as relações existentes entre competência em informação, as *fake news* e a apresentação de diretrizes estratégicas para a redução da falsificação da notícia no contexto das mídias sociais, onde as redes sociais se encontram inseridas. Refletiu-se que os profissionais da informação podem trabalhar em prol do combate às *fake news* no ambiente das mídias sociais, visto que os seus efeitos podem ser perigosos e oferecer riscos à consistência da sociedade da informação e do conhecimento. Acredita-se que a propagação de informações falsas faz com que a informação, no geral, perca validade, e não seja mais vista como um recurso de valor na sociedade e nas organizações.

Sendo assim, antes de internalizar qualquer notícia e/ou informação, o usuário deve estar consciente das suas necessidades informacionais, além de fazer as seguintes indagações:

“a notícia é realmente válida para mim?”, “a notícia vai contribuir para algo na minha vida e na vida dos meus amigos das redes sociais?”. Se as respostas forem “não”, o usuário não deve fazer o compartilhamento. Se as respostas forem “sim”, o usuário precisa avaliar a fonte da informação, verificar sua confiabilidade, examinar sua importância, compará-la com outras notícias que sejam do mesmo cunho e, nesse caso, poderá ou internalizá-la para si ou compartilhá-la com seus amigos.

Outra forma do usuário contribuir para com a erradicação das *fake news* compartilhando-as, entretanto, com uma legenda que divulgue o teor falso da notícia, incentivando o compartilhamento da mesma. Por fim, acredita-se que a CoInfo é o processo norteador para preparo e capacitação humana acerca do acesso e do uso eficaz da informação nos seus multivariados contextos. Portanto, esse processo é essencialmente importante na causa de combate às *fake news*.

As diretrizes de combate às *fake news* estabelecidas neste estudo carregam consigo inúmeras simbologias e argumentações de defesa ao ambiente acadêmico e científico. Foi possível perceber, por meio do referencial teórico levantado e das discussões realizadas a partir dele, que a quantidade de notícias falsas produzidas no âmbito mundial e, principalmente, brasileiro, fortaleceu a pós-verdade. Isso se deu pela descentralização da informação, propiciada pelas TIC; pela polarização política e difusão de notícias para se atingir um inimigo ideológico; pela crise de confiança nas organizações tradicionais, o que fortaleceu a autonomia na busca de informações; e pelo individualismo e imediatismo advindos da globalização.

Dessa maneira pode haver a crescente convicção de que determinados pesquisadores e cientistas estão contra os cidadãos e em guerra contra a humanidade. A resistência de muitos contra campanhas de vacinação é um exemplo desse movimento sombrio. Destaca-se que a cada ano, cerca de 1,5 milhões de indivíduos morrem de doenças evitáveis, caso toda a população aceitasse ser vacinada (BENIS; SEIDMANN; ASHKENAZI, 2021). Cabe destacar que o movimento antivacina é composto por indivíduos que questionam a eficácia das vacinas (APS *et al.*, 2018), já os antivacina, ou *antivaxxers*, disseminam informações incorretas, buscando novos adeptos à rejeição dos imunobiológicos (HALL, 2018).

Por isso, o marco desta pesquisa encontra-se na defesa de um mundo sem disputa pela enunciação da verdade, mas, que essa verdade seja premissa de todos, independentemente de escolha ou ideologia política. Esse panorama pode ser trabalhado pela competência em informação, uma vez que ela conscientiza o usuário das suas necessidades informacionais, fazendo-o refletir acerca das informações que recebem; ensina os indivíduos a avaliarem a fonte da informação acessada; propicia que os sujeitos examinem e extraiam os principais pontos de

uma informação; instiga o compartilhamento e comunicação de que uma notícia é falsa; e denota o uso ético da informação.

Ademais, enfatiza-se que as ciências da informação continuem com seu árduo trabalho de produzir, gerenciar, mediar, tratar e organizar a informação nos seus multifacetados contextos e suportes. Além disso, que em suas pesquisas enalteçam o poder da informação e do conhecimento na vida das pessoas, das corporações, dos profissionais e da natureza em si. Afinal, o conhecimento só se estabelece como efetivo quando a sua matéria-prima (a informação) é legítima.

Referências

AHRENS, J. M. Trump e as fake news atacam de novo: a guerra do presidente dos EUA contra a mídia faz uso maciço de provocação e inclui agora uma possível lei 'mordaça'. **El País Brasil**, maio 2017. Disponível em:

https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/06/internacional/1494087975_053461.html. Acesso em: 19 jan. 2022.

AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION. **Framework for information literacy for higher education**. 2015. Disponível em: <http://www.ala.org/acrl/standards/ilframework>. Acesso em: 29 jun. 2018.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. São Paulo: Nova Cultural, 1991.

ASSOCIATION OF COLLEGE & RESEARCH LIBRARIES. **First part of the draft framework for information literacy for higher education**. 2014. Disponível em: <http://acrl.ala.org/ilstandards/wp-content/uploads/2014/02/Framework-for-IL-for-HE-Draft-1-Part-1.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2017.

BAKIR, V.; MCSTAY, A. Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 154–175, 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645?journalCode=rdij20>. Acesso em: 08 jan. 2020.

BALDACCI, E.; BUONO, D.; GRAS, F. fake news and information asymmetries: data as public good. *In*: WORKSHOP ON SMALL AREA METHODS AND LIVING CONDITIONS INDICATORS IN EUROPEAN POVERTY STUDIES IN THE ERA OF DATA DELUGE AND BIG DATA, 1., 2017, Pisa. **Anais...** Pisa: Eurostat, 2017, s. p. Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjQzJf_xsr1AhUQrpUCHdiZBnkQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Feurostat%2Fcross%2Fsystem%2Ffiles%2Ftable_3_big_data_and_nowcasting_buono.pptx&usg=AOvVaw2pkDDxiW6EK9v8huVqr4Nw. Acesso em: 24 jan. 2022.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BEAL, A. **Gestão estratégica da informação**. São Paulo: Atlas, 2004.

BENIS, A.; SEIDMANN, A.; ASHKENAZI, S. Reasons for taking the COVID-19 vaccine by US social media users. **Vaccines**, v. 9, n. 315, p. 1-17, 2021. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33805283/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

BERKOWITZ, D.; SCHWARTZ, D. A. Miley, CNN and the onion: when fake news becomes realer than real. **JournalismPractice**, v. 10, n. 1, p. 1-17, 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2015.1006933>. Acesso em: 08 jan. 2020.

BELLUZZO, R. C. B. **Construção de mapas**: desenvolvendo competências em informação e comunicação. Bauru: Cá Entre Nós, 2007.

BELLUZZO, R. C. B.; FERES, G. G. Competência em informação, redes de conhecimento e as metas educativas para 2021: reflexões e inter-relações. *In*: BELLUZZO, R. C. B.; FERES, G. G.; VALENTIM, M. L. P. (Orgs.). **Redes de conhecimento e competência em informação**: interfaces da gestão, mediação e uso da informação/organização. Rio de Janeiro: Interciência, 2015. p.1-35.

BELLUZZO, R.C.B.; KOBAYASHI, M. do C.; FERES, G. G. Information literacy: um indicador de competência para a formação permanente de professores na sociedade do conhecimento. **Educação Temática Digital**, Campinas, v. 6, n. 1, p. 81-99, dez. 2004. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/1004>. Acesso em: 19 jan. 2021.

BRISOLA, A.C.; ROMEIRO, N.L. A competência crítica em informação como resistência: uma análise sobre o uso da informação na atualidade. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, Online First, 2018. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/issue/view/82>. Acesso em: 27 jun. 2018.

BRUCE, C. S. Workplace experiences of Information literacy. **International Journal of Information Management**, v.19, p.33-47, 1999. Disponível em: <http://www.personal.kent.edu/~wjrobert/images/WorkplaceInfoLit.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2015.

BUNDY, A. **Australian and New Zealand information literacy framework**: principles, standards and practice.2004. Disponível em: <http://archive.caul.edu.au/info-literacy/InfoLiteracyFramework.pdf>. Acesso em 18 jun. 2018.

CAMPELLO, B. **Letramento informacional no Brasil**: práticas educativas de bibliotecas escolares de ensino básico. 2009. 208 f.Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/ECID-7UUPJY/1/tesebernadetesantoscampello.pdf>. Acesso em 02 ago. 2017.

CAPURRO, R. Ética intercultural de la información. *In*: GOMES, H. F.; BOTTENTUIT, A. M.; OLIVEIRA, M. O. E. de (Orgs.). **A ética na sociedade, na área da informação e da atuação profissional**: o olhar da filosofia, da sociologia, da ciência da informação e do exercício profissional do bibliotecário no Brasil. Brasília: CFB, 2009. p. 43-64.

CASTRO, F. 'Fake news' têm 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo novo estudo. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 08 mar. 2018. Disponível em:

<https://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>. Acesso em: 18 jul. 2018.

CHOUDHURY, N. World wide web and its journey from web 1.0 to web 4.0. **International Journal of Computer Science and Information Technologies**, v. 5, n. 6, p. 8096-8100, 2014. Disponível em: <http://ijcsit.com/docs/Volume 5/vol5issue06/ijcsit20140506265.pdf>. Acesso em 15 maio 2018.

COSTA, L.; JUNQUEIRA, V.; MARTINHO, C.; FECURI, J. **Redes**: uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização. Brasília: WWF-Brasil, 2003.

CUSICK, R. **The art of the lie**: from Satan to Trump. Nova Iorque: Trine Day, 2018.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Barueri: Faro Editorial, 2018a.

D'ANCONA, M. The Tories' NHS pledge puts them on a Brexit bus to nowhere. **The Guardian**, Londres, jun. 2018b.

DARNTON, R. A verdadeira história das notícias falsas: séculos antes das redes sociais, os boatos e as mentiras alimentavam pasquins e gazetas na Europa. **El País Brasil**, 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html. Acesso em: 26 jun. 2018.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Impactum. Media & Jornalismo**, Coimbra, v. 18, n. 32, 2018. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_11. Acesso em: 21 jan. 2022.

DEMASSON, A.; PARTRIDGE, H.; BRUCE, C. Information literacy and the serious leisure participant: variation in the experience of using information to learn. **Information Research**, Boras, v. 21, n. 2, jun. 2016. Disponível em: <http://www.informationr.net/ir/21-2/paper711.html> - .WX83_4jyvIU. Acesso em: 31 jul. 2017.

DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS. **Desinformação**. 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/desinformacao/>. Acesso em: 08 jan. 2020.

DUDZIAK, E. A. **A information literacy e o papel educacional das bibliotecas**. 2001. 187f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação e Documentação) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

DUDZIAK, E. A. *Information literacy*: princípios, filosofias e práticas. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n.1, p.23-35, jan./abr. 2003. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/123/104>. Acesso em: 18 fev. 2015.

FONSECA, J.J.S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARIES ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS. **How to spot fake news**. 2020. Disponível em: <https://www.ifla.org/node/11174>. Acesso em: 07 jan. 2020.

GIACIOIA JUNIOR, O. E se o erro, a fabulação, o engano revelarem-se tão essenciais quanto a verdade? **Folha de São Paulo**, São Paulo, fev. 2017. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859994-e-se-o-erro-a-fabulacao-o-engano-revelarem-se-tao-essenciais-quanto-a-verdade.shtml>. Acesso em: 18 jul. 2018.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GOSTIN, L. O. Global polio eradication: espionage, disinformation, and the politics of vaccination. **The Milbank Quarterly**, Nova Iorque, v. 92, n. 3, p. 413, 2014. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4221744/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

HALL, H. Diving into the VAERS dumpster: fake news about vaccine injuries. **SkepticalInquirer**, v. 42, n. 6, p. 28, dez. 2018. Disponível em: <https://pocketmags.com/us/skeptical-inquirer-magazine/novdec-2018/articles/458351/diving-into-the-vaers-dumpster-fake-news-about-vaccine-injuries>. Acesso em: 21 jan. 2022.

HOLBERT, R. L. A typology for the study of entertainment television politics. **The American Behavioral Scientist**, v. 49, p. 436-453, 2005. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002764205279419>. Acesso em: 19 jan. 2022.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, v. 53, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media. Acesso em: 08 jan. 2020.

LAU, J. **Diretrizes sobre desenvolvimento de habilidades de informação para a aprendizagem permanente**. The Hague: IFLA, 2007. Disponível em: <http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/ifla-guidelines-pt.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2018.

LEITE, L. R. T.; MATOS, J. C. M. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 28., 2017, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Centro Universitário Estácio do Ceará, 2017, p. 2334-2349. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918>. Acesso em: 02 jul. 2018.

LEONEL, C. Crescimento digital: porque e como investir nas plataformas online. **Sculpt**, jun. 2021. Disponível em: <https://sculpt.cc/crescimento-digital-porque-e-como-investir-em-plataformas-online/>. Acesso em: 20 jan, 2022.

LEONG, L. Fighting fake news: how Google, Facebook and others are trying to stop it. **Techradar**, maio 2017. Disponível em: <http://www.techradar.com/news/fighting-fake-news-how-google-facebook-and-more-are-working-to-stop-it>. Acesso em: 01 jul. 2018.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostras e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/6Y7Dyj4cVd5jdRkXJVxhxqN/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 19 jan. 2022.

MASON, L. E.; KRUTKA, D. G.; STODDARD, J. Media literacy, democracy, and the challenge of fake news. **Journal of Media Literacy Education**, s.l., v. 2, n. 10, p.1-10, nov. 2018. Disponível em: <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1389&context=jmle>. Acesso em: 21 jan. 2022.

MENESES PLACERES, G. La evaluación en la alfabetización informacional en el contexto de la educación superior: aproximación teórica. **Biblios**, Tacna, n. 31, p. 1-11, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/161/16103102.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2022.

MANJOO, F. **True enough**: learning to live in a post-fat society. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2008.

NEVES, B. C.; BORGES, J. Por que as fake news têm espaço nas mídias sociais? uma discussão a luz do comportamento infocomunicacional e do marketing digital. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 30, n. 2, p. 1-22, abr./jun. 2020. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/148056>. Acesso em: 20 jan. 2022.

OLIVEIRA-DELMASSA, H. C.; OTTONICAR, S. L. C.; SANTOS, B. R. P. A Competência em Informação de feministas na disseminação da igualdade de gênero: reflexões acadêmicas no âmbito das redes sociais. *In*: MUJERES INVESTIGADORAS E INVESTIGACIÓN SOBRE MUJERES EN LAS UNIVERSIDADES IBÉRICAS, 2018, Salamanca. **Anais...** Salamanca: USAL, 2018.

OTTONICAR, S. L. C. **Análise teórico-descritiva da competência em informação de gestores como fator de competitividade das indústrias de eletroeletrônicos da cidade de Garça/SP**. 2016. 271 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2016. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/138034>. Acesso em: 19 jan. 2022.

OTTONICAR, S.L.C.; VALENTIM, M.L.P.; FERES, G.G. Competência em informação e os contextos educacional, tecnológico, político e organizacional. **Revista Ibero-americanade Ciência da Informação**, Brasília, v. 9, n. 1, p. 124-142, jan./jun.2015. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/2203>. Acesso em: 19 jan. 2022.

PANGRAZIO, L. What's new about 'fake news'? critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait. **Revista Páginas de Educación**, Montevideu, v. 11, n. 1, p. 6-22, 2018. Disponível em: <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/paginasdeeducacion/article/download/1551/1535/>. Acesso em: 01 jul. 2018.

PINTO, M. Calidad y evaluación de los contenidos electrónicos. **Electronic Content Management Skills**, dez. 2018. Disponível em: <http://www.mariapinto.es/e-coms/calidad-y-evaluacion-de-los-contenidos-electronicos/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

POGUE, D. What Facebook is doing to combat fake news. **Scientific American**, fev. 2017. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/article/pogue-what-facebook-is-doing-to-combat-fake-news/>. Acesso em: 02 jul. 2018.

POLIZELLI, D. L. Sociedade da informação: iniciando o debate. *In*: POLIZELLI, D. L.; OZAKI, A. M. (Orgs.). **Sociedade da informação**: os desafios da era da colaboração e da gestão do conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2008. p. 1-36.

- PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>. Acesso em: 15 maio 2018.
- RAMONET, I. O poder midiático. *In*: MORAES, D. de (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 243-252.
- RIMÁ, J. de C.; GARCIA, J. C. R.; TARGINO, M. das G. Admirável mundo novo da ética da informação 2.0 em tempos de fake news. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 5, n. 1, p. 33-53, jan./jun. 2020. Disponível em: http://www.periodicos.ufc.br/informacaoem_pauta/article/view/6244/30020. Acesso em: 21 jan. 2022.
- SANTOS, J. A.; SPINELLI, E. M. Pós-verdade, fake news e fact-checking: impactos e oportunidades para o jornalismo. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2017, p.1-18. Disponível em: sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/view/746/462. Acesso em: 18 jul. 2018.
- SEIXAS, R. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 18, p. 122-138, abr. 2019. Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/2197/1747>. Acesso em: 21 jan. 2022.
- TANDOC, E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. Defining “fake news”: a typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319383049_Defining_Fake_News_A_typology_of_scholarly_definitions. Acesso em: 08 jan. 2020.
- UBCHENCO, J. Environmental science in a post-truth world. **Frontiers in Ecology and the Environment**, Washington, v. 15, n. 1, 2017. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1326365X17703205>. Acesso em: 20 jan. 2022.
- YAFUSHI, C. A. P. **A Competência em informação para a construção de conhecimento no processo decisório**: estudo de caso na Duratex de Agudos (SP). 2015. 232 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/126599>. Acesso em: 19 jan. 2022.
- WARDLE, C. Fake News, la complexité de la désinformation. **First Draft**, maio 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-la-complexite-de-la-desinformation-2/>. Acesso em: 21 jan, 2022.
- WEBSTER, M. **The real story of ‘fake news’**. 2017. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>. Acesso em: 30 jun. 2018.