

 [10.58876/rbbd.2025.2112130](https://doi.org/10.58876/rbbd.2025.2112130)

# Compreensões, tipos e meios de combate: um estudo sobre *fake news* com um corpus de bibliotecários

Understandings, types and means of combat: a study of fake news with a corpus of librarians

## Júlia Rodrigues da Silva

Graduada em Biblioteconomia pela Universidade de Brasília (UnB). Pesquisadora no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT).  
E-mail: [jurosi21@gmail.com](mailto:jurosi21@gmail.com)

## Sthella Sanches Brito

Graduanda em Biblioteconomia pela Universidade de Brasília (UnB).  
E-mail: [sthellasanches14@gmail.com](mailto:sthellasanches14@gmail.com)

## Márcio Bezerra da Silva

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor na Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília (UnB).  
E-mail: [marciobdsilva@unb.br](mailto:marciobdsilva@unb.br)

## RESUMO

Analisa as compreensões e os meios adotados por bibliotecários de escolas e de faculdades da cidade da Ceilândia (Distrito Federal) no combate as *fake news*. Aborda propagação, tipos e checagem de *fake news*. Identifica, entre os resultados, segundo um questionário semiestruturado, de método indutivo, que os bibliotecários se atualizam via canais de notícias e que conteúdo enganoso é o tipo de *fake news* mais conhecido, porém falso contexto recebeu mais exemplificações. Conclui-se que os bibliotecários compreendem o que significa *fake news*, usam ambientes de checagem, defendem capacitação, alertam sobre fontes seguras e orientam os alunos sobre a checagem de informação.

**Palavras-chave:** fake news; conteúdo enganoso; falso contexto; biblioteca.

## ABSTRACT

It analyzes the understanding and means adopted by school and college librarians in the city of Ceilândia (Federal District) to combat fake news. It addresses the spread, types and verification of fake news. It identifies, among the results, according to a semi-structured questionnaire, using the inductive method, that librarians keep up to date via news channels and that misleading content is the most well-known type of fake news, but false context received more examples. The conclusion is that librarians understand what fake news means, use checking environments, advocate training, warn about safe sources and guide students on checking information.

**Keywords:** fake news; misleading content; false context; information verification; library.

## 1 INTRODUÇÃO

O elemento informação apresenta vários significados e formas. No campo da Biblioteconomia, por exemplo, informação é mencionada como um conjunto de dados organizados e operados de forma a instruir e/ou apresentar conteúdo. Esse elemento também pode ser caracterizado pelas influências geradas no indivíduo, pois “[...] toda informação é dotada de consciência, objetivo e finalidade ao ser transmitida do emissor para o interlocutor” (Kohn; Moraes, 2007, p. 2).

A informação atua em vários propósitos, seja político, educacional, empresarial, documental etc., contudo, independente do seu propósito, nem sempre ela é verídica, lançada nas mídias digitais em quantidade exponencial. Assim como as informações verídicas, as falsas, comumente chamadas de *fakes*, por vezes, alteram a opinião das pessoas sobre um determinado fato, tendo, entre os múltiplos exemplos, campanhas nacionais à presidência em 2018, quando informações duvidosas foram usadas como meio de influência, recebendo “[...] maior repercussão [...], sobretudo devido à rapidez de sua disseminação via redes sociais [...]” (Arduino; Moraes, 2019, p. 2).

Diante da forma como as informações são transmitidas é possível verificar desdobramentos nas sociedades, isto é, como elas mudam e evoluem, em um contexto em que se faz cada vez mais necessário “[...] não só entender as mudanças da própria sociedade, sejam estas no seu modo de agir, pensar e se relacionar, mas também a evolução dos dispositivos que propuseram e/ou fizeram parte dessas modificações” (Kohn; Moraes, 2007, p. 1), entre os quais se enquadram *desktops* e *mobiles*, regularmente conectados à Internet.

Na Internet, mensagens, instantaneamente propagadas, incentivam movimentos, promovem pessoas e disseminam conhecimentos. Os movimentos sociais necessitam “[...] de espaços de visibilidade midiática para fazer-se presente na cena pública, mobilizar outros indivíduos e, assim, exercer pressão coletiva junto à política institucionalizada” (Marques; Nogueira, 2012, p. 140). No caso, “[...] as fake news podem ser utilizadas como um recurso [de] propagabilidade, ao transmitir uma informação falsa com o objetivo de mudar pensamentos e abranger um público de grande escala” (Arduino; Moraes, 2019, p. 5).

A propagação de informação acontece em curtíssimo tempo, rapidamente circulando nos mais variados grupos de mídias sociais, como o *Twitter* e o *Facebook*, encarados como veículos moldadores de opiniões na contemporaneidade, o

que idealiza esses espaços digitais como terrenos férteis para as *fake news*, atribuindo à sensação de poder a quem realiza tal propagação, diante da forma como a narrativa deve ser compreendida, conforme interesses próprios e/ou crenças.

O impacto dessas mídias é tão significativo que surgem notícias questionáveis a todo momento, tendo, entre os inúmeros exemplos, a

[...] descoberta de esquema de acesso a dados privados de 50 milhões de usuários do Facebook para direcionar propaganda política pela empresa *Cambridge Analytica*, que atuou na campanha do atual presidente dos Estados Unidos, Donald Trump [...] (Almeida, 2018)

*Fake news*, formadas por dizeres distorcidos e/ou incompletos, promovem o mundo da desinformação<sup>1</sup>, onde as pessoas acessam notícias motivadas por títulos apelativos e não se preocupam em checar a veracidade do que estão lendo. Em sentido de combate, ferramentas contra *fake news* surgem, como a aplicação chamada *FakeCheck*<sup>2</sup>, desenvolvida por pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Conforme Monteiro (2018), ao receber o texto, a partir do Processamento de Linguagem Natural (PLN), o detector de *fake news* aplica técnicas e extrai seus atributos, classificando-o como verdadeiro ou falso.

A *Deep Learning* (aprendizagem profunda) é mais uma forma de checagem, se uma notícia é ou não verdadeira. É um método que consiste em um “filtro” utilizado a partir de Inteligência Artificial (IA). Tanto a IA quanto o PLN “[...] oferecem uma grande promessa para pesquisadores na construção de sistemas que podem detectar automaticamente notícias falsas” (Thota *et al.*, 2018, p. 2). Um exemplo de ferramenta que utiliza IA para verificação de *fake news* é a robô “Fátima”, que checa notícias no *WhatsApp*, *Messenger* e *Twitter*. Em seguida, a robô apresenta dicas aos leitores dessas plataformas, almejando que, de forma autônoma, chequem informações, lhes trazendo mais segurança ao navegarem na internet (Aos Fatos, 2021).

Em certa medida, fazendo uso de ferramentas apropriadas, o contexto de verificação de *fake news* se aproxima dos profissionais da informação, como os bibliotecários, na

---

<sup>1</sup> Desinformação (*disinformation*) é uma faceta da sociedade contemporânea, erroneamente confundida com notícia falsa. Pode-se dizer que desinformação é uma parte das notícias falsas, que desestabiliza toda uma sociedade, sendo “[...] talvez a razão da existência de muitos problemas sociais, uma vez que atinge o ser humano em sua maior propriedade: a racionalidade” (Belluzzo, 2005, p. 37). Ao ser parte de notícias falsas, seja no conteúdo, seja no alcance de propagação, a desinformação resulta em “[...] fazer mal a uma pessoa, grupo social, organização ou país” (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 20).

<sup>2</sup> Acesso: <http://nilc-fakenews.herokuapp.com/>.

expectativa de ofertarem, em suas atuações, informações fidedignas aos seus usuários, assim como realizar atividades técnicas e científicas embasadas em materiais confiáveis. Os bibliotecários atuam como um mediador entre a informação confiável e o usuário, como um apoio para construir conhecimento e contextualizar as informações (Santos; Machado, 2015). Afinal, como já apontava Figueiredo (1984), o bibliotecário “[...] deve ser treinado para atuar de maneira consciente e responsável como intermediário entre o usuário, em qualquer tipo de biblioteca, e a informação [...]”, independente do seu formato.

Partindo do pressuposto de que o bibliotecário atua como um mediador de informação, infere-se o seu papel importante na sociedade, especialmente em centros de populações desfavorecidas, como é o caso de regiões que compõem a Ceilândia (cidade satélite do Distrito Federal). Entretanto, em tempos de *fake news*, alimentaram-se dúvidas sobre as bibliotecas da referida cidade, quanto a filtragem, checagem e consumo de informações, nos mais variados canais de comunicação. Ao direcionar essas incertezas às bibliotecas localizadas na região da Ceilândia<sup>3</sup>, surgiu o seguinte problema: *De que maneira os bibliotecários compreendem e combatem fake news?*

Para respondê-la, esta pesquisa objetivou analisar as compreensões e os meios adotados pelos bibliotecários no combate as *fake news*. De maneira específica, objetivou-se distinguir os tipos de *fake news* conhecidos pelos bibliotecários, apurar o impacto das *fake news* na mediação e disseminação de informações, identificar ferramentas utilizadas para checar a veracidade de informações e verificar sugestões de combate as *fake news* elencadas nas opiniões coletadas.

### **1.1 FAKE NEWS: apontamentos sobre propagação, tipos e checagem**

De maneira ampla, *fake news* significa notícias distorcidas, que não representam a verdade. Trata-se de um tipo de informação que pode ser mais barato para ser produzido, pois não requerem confirmação ou qualquer tipo de respaldo, além da atenção midiática. Mercado e política são as duas motivações (maiores) para criar e propagar *fake news*, mas, “[...] embora os criadores de notícias falsas tenham uma série de motivos – de objetivos políticos à sátira – o fator econômico não pode ser negligenciado” (Suliman, 2022, tradução nossa).

---

<sup>3</sup> Enquanto justificativa pessoal, a cidade foi escolhida por ser a região onde, ao longo dos ensinamentos fundamental e médio, escolas foram frequentadas, incluindo suas bibliotecas. Diante do fenômeno da desinformação, surgiu o interesse em saber como os bibliotecários dessas instituições combatem as *fake news*, especialmente alimentadas, na época da pesquisa, pela pandemia de Covid-19.

Os produtores de notícias falsas têm duas características marcantes: primeiro, nenhum investimento é feito em relatórios precisos; segundo, não se importam com uma reputação de qualidade, valorizando os *sprints* de curto tempo em que os leitores verão um título (chamado de manchete, *headline* em inglês), e clicarão para saber mais sobre o assunto sem se importar com a fonte (Allcott, Gentzkow; 2017). Independente se o conteúdo da manchete é verdadeiro ou não, o objetivo dos *clickbait*s é alcançado. **Clickbait** é uma “estratégia de configuração estilística e narrativa de um conteúdo em media [sic.] digitais com o objetivo de atrair a atenção do utilizador para o clique num link” (Zamith, 2019, p. 24).

Outra técnica utilizada por disseminadores de *fake news* é o **firehosing**, que espalha ideias em larga escala, adotada para construir monopólios ideológicos, uma espécie de “princípio de incêndio” que serve de “cortina de fumaça”. É uma técnica que consiste em “afogar” os usuários com notícias. Conforme Almeida e Borges (2019) e Simão (2019), as características do *firehosing* são: expressivo volume de informação; rapidez; continuidade e repetição; não importa se é verdade ou mentira; não há consistência entre os discursos. Almeida e Borges (2019, p. 3-4) exemplifica dois momentos políticos de uso do *firehosing*, um na Rússia e outro nos EUA:

Desenvolvido no ano de 2016 pela psicóloga Miriam Matthews e o cientista social Chistopher Paul, ele é utilizado para entender o comportamento de governantes na contemporaneidade. [...] o modelo foi criado e aplicado à propaganda russa, que tem um alto fluxo de fake news, analisando o período de anexação da Crimeia pela Rússia, entre 2008 e 2014. [...] durante as eleições americanas, foi utilizado para entender a ascensão e performance do presidente norte-americano Donald Trump. O firehosing diz respeito à propagação em larga escala de mentiras com o objetivo de conduzir a opinião pública.

Apesar dos exemplos recentes, não se pode dizer que as *fake news* também são, mas é inegável que se tornaram mais presentes na contemporaneidade por causa de tecnologias digitais que possibilitam a criação e propagação, inclusive em tempos exponenciais, como as *deep fakes*, aparecendo na Internet em 2017 pela “[...] combinação dos termos ‘aprendizado profundo’ e falso” (Metz, 2019, tradução nossa).

As máquinas têm uma aprendizagem mais rápida que antes, exigindo que aprimoramentos na identificação de *fake news* e *deep fakes* também acompanhem essa velocidade. Um caminho seria o investimento em estudos sobre Aprendizado de Máquina (*Machine Learning*), a qual “[...] permite a extração de informação utilizando dados de

forma eficiente e eficaz” (Freitas; Santana, 2019, p. 8). Neste sentido, diante da avalanche informacional provocada pelo *firehousing*, ambientes de checagem via aprendizado de máquina são bem-vindos no combate às *fake news*, potencializando ações como o *fact-checking*. Sobre esta ação, Santana (2019, p. 11) afirma que:

[...] ao mesmo tempo em que se “fabricam” as notícias falsas, desenvolvem-se várias ações e ferramentas para combatê-las. Iniciativas como a criação de sites verificadores da autenticidade de notícias, conhecidos como “fact Checking”, objetivam minimizar a disseminação de informações de teor falso e conseqüentemente o impacto que pode causar na vida das pessoas.

No cenário de verificação, incluindo o *fact-checking* realizado por ambientes<sup>4</sup> de checagem, é possível identificar tipos de *fake news* empregados, segundo características e intenções. *Fake news* do tipo **sátira ou paródia** são notícias que tem a intenção de retratar com humor, de realizar uma crítica de forma não tão séria, sendo as “tirinhas” um exemplo (Silva; Lopes; Silva, 2020). O *Falha de S.Paulo* é um perfil satírico, informando que o leitor não deve levar a sério suas publicações. O perfil possui nome e *layout* parecidos com o perfil *Folha de São Paulo* no *Twitter* (atual X).

**Conteúdo impostor** é a forja de fontes verídicas, ou seja, quando a fonte verdadeira é “imitada” pelas falsas, sendo uma estratégia adotada para gerar credibilidade (Silva; Lopes; Silva, 2020). Entre os inúmeros exemplos, cita-se o caso de um *site* que imitou o portal G1 de notícias, informando que uma aluna alcançou 980 pontos na redação do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), mas que desclassificada porque utilizou pílulas para melhorar a sua capacidade cognitiva, inclusive oferecendo-as para venda (Catraca Livre, 2017).

Trechos de materiais verdadeiras, quando utilizadas em notícias falsas, geram o chamado **conteúdo manipulado** (Silva; Lopes; Silva, 2020), como fotos de manifestações difundidas em mídias sociais. Um protesto em Ottawa (Canadá) contra as restrições de circulação estabelecidas pelo Governo no combate a Covid-19 foi noticiado, contendo uma foto falsa que mostra, na verdade, uma manifestação realizada em 1991 na Praça do Manege em Moscou (Rússia), que trata da queda da extinta União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) (Costa, 2022).

---

<sup>4</sup> Por exemplo: Agência Lupa; Agência Pública, antiga Truco; Aos fatos; Boatos; E-Farsas; Fato ou Fake; FakeCheck; e Projeto Comprova.

**Falso contexto** ocorre quando uma informação verdadeira é divulgada em contexto inverídico (Silva; Lopes; Silva, 2020). Uma notícia sobre a empresa Diebold Nixdorf, informando que ela foi multada por fraudar as programações das urnas eletrônicas usadas no Brasil, é falsa. Na verdade, o texto foi publicado originalmente em 2014 e a empresa, de fato, foi multada em 2013 por acusações de suborno e falsificação de contratos na China, Indonésia e Rússia, sem qualquer relação com a fabricação das urnas (Projeto Comprova, 2022).

Quando conteúdos visuais ou textuais não combinam com que foi publicado, tem-se uma *fake news* do tipo **falsa conexão** (Silva; Lopes; Silva, 2020). Menciona-se uma publicação no *Twitter* (atual X) feita pelo economista e comentarista da rádio Jovem Pan Rodrigo Constantino em outubro de 2021, contestando a eficácia das vacinas contra a Covid-19. Rodrigo descontextualizou os dados para fundamentar os seus argumentos na descrença aos imunizantes, contudo os números de mortes e casos da doença estavam em declínio desde o início da vacinação, além de desconsiderar o ritmo da imunização no país (Projeto Comprova, 2022).

**Conteúdo enganoso** ocorre quando o nome de uma pessoa ou de uma organização é usado para apresentar conteúdo falso (Silva; Lopes; Silva, 2020). Como exemplo, golpistas simularam *lives* falsas no *Facebook* usando transmissões antigas de celebridades, muitas vezes disponíveis nos perfis desses famosos. A ideia era estimular pessoas a instalarem o aplicativo *Kwai* e, assim, vincular um código à conta criada. A plataforma prometia ganhos imediatos de até três mil (R\$), o que era falso. Na verdade, ao realizar o *download* do aplicativo chinês, a pessoa recebe um número que deve ser compartilhado com outras pessoas que estão criando uma conta na plataforma. Com isso, o usuário, “dono” do código, ganha mais dinheiro quanto mais pessoas o utilizam (Bordallo; Barros, 2022).

Finalmente, **conteúdo fabricado** é uma notícia 100% falsa (Silva; Lopes; Silva, 2020). Entre os vários exemplos, encontra-se uma mensagem que circulou no *Instagram* e no *WhatsApp*, informando que uma menina morreu depois de ser vacinada contra a Covid-19. Trata-se de uma *fake news*, pois os vídeos postados na Internet mostravam crianças passando mal em dois momentos: vomitando em um balde; e se queixando de dores em um hospital. Além disso, as características físicas da criança nas fotos são aparentemente diferentes, isto é, são meninas distintas. Entretanto, esses vídeos foram compartilhados separadamente, com cada criança tendo um nome diferente, mas uma

versão editada circulou nas redes induzindo que os dois trechos correspondiam a mesma menina. Nas várias versões que circularam, as meninas são chamadas por vários nomes, e há informações desencontradas sobre as cidades de origem (Projeto Comprova, 2022).

Os elencados tipos de *fake news* se tornaram comuns, presentes na sociedade humana via mídias sociais e aplicativos de comunicação, como *WhatsApp* e *Telegram*. Nesses espaços são criados ambientes chamados “bolhas”, onde a pessoa “[...] curte ou compartilha, [e] o algoritmo passa a mostrar mais conteúdos que potencialmente sejam curtidos ou compartilhados [...]” (Seibt, 2019, p. 97). Como consequência, mesmo que de forma involuntária, a pessoa poderá propagar *fake news*, fato que só aumenta a importância de ações e ambientes de checagem estarem disponíveis. Ao passo que as notícias estão sendo publicadas a todo o momento, de maneira rápida e de diversos locais, o *fact-checking* também deve ser ágil, apresentando-se como um desafio aos profissionais da informação, como os bibliotecários.

## 2 METODOLOGIA

A pesquisa caracterizou-se pelo método indutivo, considerando uma amostragem que representa bibliotecas escolares (públicas e privadas) e faculdades localizadas na Ceilândia (DF). O método indutivo assume olhares específicos para que seja encontrado um panorama amplo. Sobre a natureza, a pesquisa qualificou-se como básica, pois intencionou gerar conhecimentos úteis, sem a intenção de aplicação prática, como a identificação de tipos de notícias falsas e uso de ambientes disponíveis para checagem de notícias. Considerando os objetivos, a pesquisa qualificou-se como descritiva, pois é uma técnica que gera explicações sobre as relações de causa e efeito, como é o caso dos bibliotecários compreendem *fake news*, apurarem o impacto gerado por este tipo de informação, utilizarem meios de checagem e sugerirem estratégias para combatê-las.

Fez-se uso das pesquisas bibliográfica e documental como procedimentos técnicos, os quais aturam diretamente na abordagem do problema (de coleta de dados), que nesta pesquisa foi quantitativa e qualitativa. Alinhado a abordagem do problema, adotou-se um questionário semiestruturado, construído a partir do *Google Forms*. Os dados coletados no questionário foram extraídos em formato de planilha, o que permitiu tratá-los, analisá-los e representá-los via gráficos e quadros.

Compreendendo o período de março de 2021 até maio de 2022, as etapas da pesquisa estratificam-se da seguinte maneira: 1) Definição do tema; 2) Pesquisas

bibliográficas e documentais em periódicos científicos, bases de dados, repositórios digitais e *sites/blogs* especializados, além dos buscadores *Google* e *Google Scholar*, fazendo uso de expressões como “*fake news*”, “notícias falsas”, “informações falsas”, “tipos de *fake news*”, “desinformação”, “propagação de *fake news*”, “checagem de *fake news*”, “checagem de informação”, “mediação da informação” etc.; 3) Identificação das escolas e faculdades localizadas na Ceilândia (DF) a partir do *site* “*esco.las*”<sup>5</sup> e pelo buscador *Google*; 4) Criação e estruturação do questionário de coleta de dados no *Google Forms*; 5) Contato com as instituições de ensino via telefones identificados. As tentativas iniciais de contato ocorreram no período de 21/03/2022 até 24/03/2022; 6) Nova tentativa de contato, agora por *e-mail*, junto às instituições que não atenderam as ligações ou que os números estavam incorretos ou que os telefones mudaram de titularidade. De 24/03/22 até 29/03/22 ocorreram até quatro tentativas de contato; 7) Emissão do questionário às instituições que possuem biblioteca e bibliotecário entre aquelas que atenderam ao chamado, ressaltando o tempo para recebê-lo respondido: de 01/04/2022 até 10/04/2022; 8) Tratamento e análise dos dados coletados; 9) Apresentação dos resultados.

### 3 RESULTADOS

Destinchando a amostragem (Tabela 1), no que diz respeito ao quantitativo de escolas públicas, 88 foram identificadas. Desse total, efetivamente, foi possível se comunicar com 37 escolas (42,1%), sendo que seis atenderam aos telefonemas e afirmaram ter biblioteca e bibliotecário, o que corresponde a 16,2% das instituições contatadas com sucesso. Entre essas seis, apenas duas responderam ao questionário, ou seja, 5,40% do total de escolas que o contato inicial logrou êxito. Por outro lado, entre as 37 que foram contatadas, 31 (83,7%) afirmaram não possuir biblioteca, mas salas de leitura, além de não terem bibliotecários nesses espaços, e dessas 31 instituições, 23 (74,1%) adotam professores readaptados para supervisionar a biblioteca. Quanto às 51 escolas restantes (57,9%), não houve contato, pois não atenderam aos telefonemas e não responderam ao *e-mail* encaminhado.

---

<sup>5</sup> Acesso: <https://www.escol.as/>. Adotou-se, como critério, que a instituição possuísse uma biblioteca e que esse espaço tivesse profissionais da Biblioteconomia, especificamente bibliotecário, auxiliar de biblioteca ou estagiário.

**Tabela 1** – Amostragem da pesquisa

Contato	Instituições			Amostragem (questionário)		
	Escola Pública	Escola Privada	Faculdade	Escola Pública	Escola Privada	Faculdade
Telefone ou e-mail	37	22	6	2	1	2
Sem sucesso	51	8	9			
<b>TOTAIS</b>	<b>89</b>	<b>31</b>	<b>15</b>	<b>5</b>		

Fonte: Da pesquisa, 2022.

O questionário semiestruturado está organizado em três seções: perfil dos pesquisados; conhecimento sobre *fake news*; checagem de notícias e opiniões/sugestões. Após coletados, os dados foram reunidos no *Google Planilhas*, com fins de organizar quais escolas e faculdades contam com bibliotecas e bibliotecários e quais aceitaram participar da pesquisa.

Respondendo ao perfil dos pesquisados (Seção 1), todos são bibliotecários quanto ao **perfil profissional**. Referente a **caracterização da biblioteca**, três (60%) são escolares, sendo duas públicas e outra privada. No caso das bibliotecas universitárias, as duas que participaram da pesquisa são da rede privada. E sobre os **meios de comunicação utilizados para se manterem atualizados**, as respostas variaram entre: Internet, canais de notícias e redes sociais. Verificou-se que canais jornalísticos (canais de notícia, jornais, jornais diversos e telejornais) foram os mais citados, ou seja, quatro pesquisados. E apenas um respondente mencionou a rede social como meio, especificamente o *Instagram*.

Destinado ao conhecimento sobre *fake news*, a **compreensão dos pesquisados** (Seção 2) resumiram-se em “informação e notícias inverídicas”, usando termos como “incorreta”, “distorcida” e “falsa” para qualificá-las (Quadro 1). Portanto, todos os participantes possuem compreensão semelhante sobre o objeto estudado nesta pesquisa, enquanto uma espécie de consenso social.

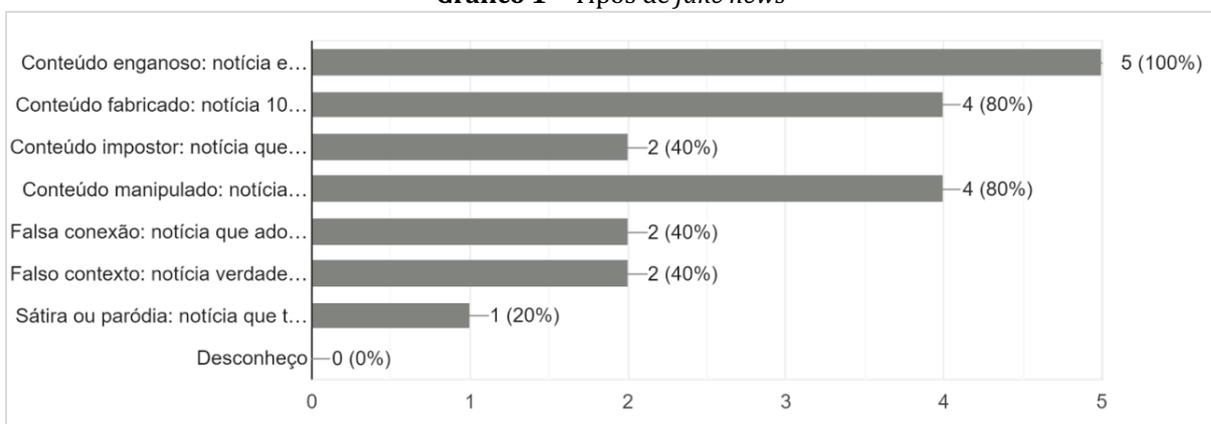
**Quadro 1** – Significado de *fake news*

BIBLIOTECÁRIO	RESPOSTA
1	Informação incorreta ou distorcida para fins próprios.
2	Notícias falsas.
3	Notícias falsas.
4	Informação falsa.
5	São notícias veiculadas como verdadeiras, porém sendo falsas.

Fonte: Da pesquisa, 2022.

Quanto aos **tipos de fake news** (Gráfico 1), permitido ao respondente assinalar mais de uma opção, “conteúdo enganoso” é o tipo conhecido por todos, enquanto “sátira ou paródia” é o tipo menos conhecido. Especula-se que o único pesquisado que assinalou “sátira ou paródia” desconheça este tipo devido a linha tênue entre crítica e enganação, por vezes sendo (apenas) uma falha na comunicação entre receptor e emissor. Também se destaca os tipos “conteúdo fabricado” e “conteúdo manipulado”, ambos citados por quatro pesquisados, comumente vistos nos segmentos política e saúde nos últimos tempos.

**Gráfico 1** – Tipos de *fake news*



Fonte: Da pesquisa, 2022.

Em complemento a questão anterior, os pesquisados **exemplificaram, ao menos, um dos tipos de fake news assinalados** (Quadro 2). Três participantes responderam, sendo que deste total, dois mencionaram o tipo “falso contexto”. Ambas as respostas estão alinhadas ao entendimento sobre este tipo de *fake news* apresentado na fundamentação teórica, ou seja, que as mensagens foram direcionadas a um alvo (a um país, a um público específico), porém sem um conjunto maior de informações para verificar se, de fato, a culpa ou fala refere-se ao mencionado, ou se parte do discurso foi usado em um enredo diferente do original. Também se destaca a resposta de um dos pesquisados (Bibliotecário 3), semelhante a exemplo das *lives falsas no Facebook*, associadas ao aplicativo *Kwai*.

**Quadro 2** – Exemplo de tipo de *fake news*

BIBLIOTECÁRIO	TIPO	RESPOSTA
1	Falso contexto	O dólar subiu devido à instabilidade política no Brasil.
2	Conteúdo enganoso	Oferta de empregos e prêmios oferecidos nas redes sociais utilizando um perfil com os dados de alguma empresa de grande porte. Quanto aos demais tipos assinalados, tem como exemplo a vacina contra a Covid-19.
3	Falso contexto	Acontece quando uma pessoa dá uma entrevista ou posta em sua rede social, demonstrando sua opinião sobre, e sua fala é publicada em outro contexto. Por exemplo, para denegrir a imagem dessa pessoa.

Fonte: Da pesquisa, 2022.

Sobre a banalização do termo *fake news*, quanto ao **impacto provocado na mediação e disseminação de informações** (Quadro 3), trechos das respostas dos pesquisados se aproximam, enquanto outros se diferem. Existe certa convergência quando citada a checagem das fontes de informação, de que os bibliotecários precisam ter atenção quando se lida com *fake news*. Três pesquisados (60%) destacam a qualificação profissional para identificar notícias falsas, mas um desses respondentes enfatiza que tal qualificação é uma exigência. Para dois bibliotecários, o caminho é conscientizar os usuários sobre como verificar uma fonte de informação, enquanto um pesquisado afirma que, independentemente da qualificação do profissional, ideologias interferem na propagação de notícias falsas.

**Quadro 3** – Impacto das *fake news* na mediação e disseminação informacional

BIBLIOTECÁRIO	RESPOSTA
1	O jornalismo está impregnado por ideologias, e isso interfere na maneira como a notícia é propagada, independente da qualificação do profissional.
2	O bibliotecário escolar, nesse contexto, tem que trabalhar com o objetivo de conscientizar os alunos sobre a circulação e uso das notícias falsas, ensiná-los a buscar informações em locais confiáveis e, principalmente, a não transmitir uma informação sem verificar a veracidade.
3	Encaro com uma insegurança quanto às fontes das informações.
4	As pessoas não têm noção de como verificar se uma informação é verdade ou não, elas simplesmente acabam repassando aquilo que chega até elas. Muitas, nem sequer, tem noção do que é <i>fake news</i> . Acho que falta realmente qualificação no quesito veracidade da informação recebida. Trabalho diariamente com estudantes de universidades e muitos chegam ao TCC <sup>6</sup> sem sequer saber como elaborar um referencial teórico.

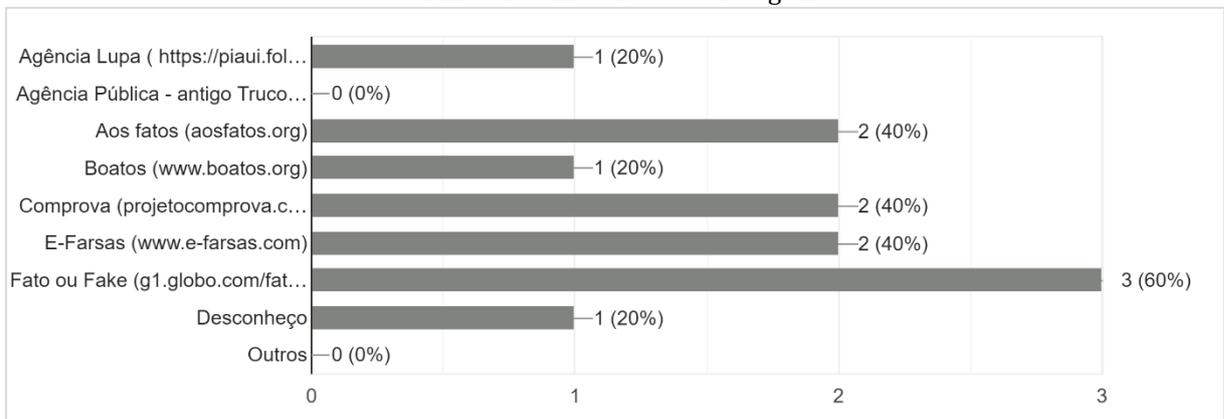
Fonte: Da pesquisa, 2022.

<sup>6</sup> Trabalho de Conclusão de Curso.

Referente a ação de checar notícias e opiniões/sugestões (Seção 3), os pesquisados foram questionados sobre o **uso de ambientes de checagem**. A maioria, ou seja, quatro pesquisados, responderam que “Sim”. Contudo, deve-se pontuar que, apesar de todos os pesquisados indicarem alguma compreensão sobre *fake news*, conhecerem ao menos um tipo e relatarem impactos na mediação e disseminação de informação, um dos pesquisados assinalou a opção “Não”. Isto é, ainda consciente do que significa, um dos respondentes não faz uso de ambientes de checagem, talvez por não ter contato frequente com notícias falsas, assim como talvez não faça parte de “bolhas”.

Em complemento, os pesquisados selecionaram **ambientes de checagem que utilizam**, os quais foram identificados nas pesquisas bibliográfica e documental, além de outros. Sendo possível escolher mais de uma opção (Gráfico 2), o ambiente de checagem “Fato ou Fake”, do Grupo Globo, foi o mais assinalado, enquanto os pesquisados desconhecem a plataforma “Agência Pública”. Também deve-se mencionar que o pesquisado que respondeu não usar ambientes de checagem (questão anterior) é o mesmo que selecionou a opção “Desconheço”.

Gráfico 2 – Ambientes de checagem



Fonte: Da pesquisa, 2022.

Sobre a **presença de iniciativas de checagem que ocorram nas bibliotecas** onde atuam (Quadro 4), para a maioria, isto é, quatro pesquisados, não há projeto do tipo. Ainda assim, dois respondentes informaram que orientam seus usuários sobre como verificar informações, especialmente advindas de redes sociais. Apenas um pesquisado afirmou que existe uma iniciativa de checagem de notícias tendenciosas, no caso, um projeto realizado junto aos alunos da escola.

**Quadro 4** – Iniciativas de checagem nas bibliotecas

BIBLIOTECÁRIO	RESPOSTA
1	Projeto onde os alunos procuram notícias tendenciosas e checam fontes oficiais para rebatê-las.
2	Sempre instruo as pessoas a checarem a veracidade da notícia para que a propagação não atinja uma escala exponencial.
3	Ainda não teve iniciativa.
4	Nada a declarar.
5	Ainda não desenvolvemos uma iniciativa contra às <i>fake news</i> , porém orientamos aos nossos alunos sobre as formas de verificar a veracidade das informações recebidas, principalmente pelas redes sociais.

Fonte: Da pesquisa, 2022.

Finalmente, os pesquisados apresentaram **opiniões/sugestões que podem ser consideradas no combate às *fake news*** (Quadro 5), de acordo com suas experiências, sejam elas pessoais ou profissionais. De forma ampla, as sugestões se avizinham ao mencionarem a importância de considerar a fonte da informação publicitada. Também se destaca o interesse pela construção de um senso crítico nos usuários desde cedo, para que ao receberem uma informação já tenham a iniciativa (própria) de checá-la/pesquisá-la.

**Quadro 5** – Opiniões/sugestões no combate as *fake news*

BIBLIOTECÁRIO	RESPOSTA
1	Publicação da fonte da informação. Apresentação na íntegra de falas na mídia, não apenas partes editadas delas.
2	Eu explico que as redes sociais não são fontes seguras de pesquisa, que devemos checar todas as informações antes de compartilhá-las.
3	Trabalhar a origem e fonte da informação.
4	Acho que o começo de tudo é ensinar desde cedo a pesquisar, onde, como e por que localizar informação. Assim, poderemos ver as pessoas tendo noção das notícias que recebem e não apenas recebendo e repassando de qualquer forma. Formar um senso crítico no cidadão a partir, também, do letramento informacional.
5	Buscar as fontes corretas antes de divulgar qualquer informação e/ou notícia.

Fonte: Da pesquisa, 2022.

Basicamente, o perfil dos pesquisados é formado, em sua maioria, por bibliotecários, atuantes em bibliotecas escolares, que possuem certa compreensão sobre o significado de *fake news* e alguns de suas ramificações, especialmente ligadas ao segmento político. A maioria adota algum meio e/ou ambiente de checagem para verificar se as notícias que recebem são verdadeiras, fato que vai ao encontro das opiniões/sugestões para combater *fake news*, em que, basicamente, se referem a fontes de informação, seja para checar ou para alertar que elas podem não ser totalmente confiáveis.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da informação, a sociedade se comunica e evolui. Em espaços de comunicação, a informação circula, sendo uma ação cotidiana e inerente ao ser humano, mas que não há garantia que ela seja verdadeira, ou livre de intensões maliciosas. Enxergar a dinâmica social desta forma significa ir ao encontro das chamadas *fake news*, que não se trata de um conceito atual, mas sim as formas de produção, uso e propagação, ocorrendo em larga escala a partir de métodos e tecnologias. O mesmo pensamento evolutivo se aplica quando se fala em checagem de notícias, pois o *factchecking*, também não é uma novidade, mas o seu uso no agora se tornou extremamente necessário.

Entre os pesquisados, apenas um indicou uma rede social como fonte de informação, fato que demonstra a escolha dos bibliotecários por meios de comunicação (mais) tradicionais para se manterem informados. No caso, observou-se preferência pela qualidade da informação ao invés da rapidez, sendo uma iniciativa que freia cenários de desinformação e fomenta a averiguação, seja no uso de ambientes de checagem, seja por uma iniciativa própria de apurações, especialmente quando se faz parte de grupos onde ocorre o compartilhamento de *fake news*.

Quanto aos tipos de *fake news* assinalados, verifica-se que “conteúdo enganoso”, “conteúdo fabricado” e “conteúdo manipulado” são os mais conhecidos entre os pesquisados, especialmente ligados a política, utilizando partes de certa verdade e, assim, deixando o receptor da notícia mais confuso. Menciona-se ainda que as notícias de “conteúdo fabricado” se assumem como uma categoria de significativa presença de crenças se comparado aos outros tipos supramencionados. Apesar de “falso contexto” ser uma das opções menos selecionadas, foi o tipo que apresentou a maior quantidade de exemplificações. Os pesquisados apresentaram respostas contextualizadas ao cenário político e à presença constante deste tipo nas redes sociais, que inverte e/ou descontextualiza a opinião de uma pessoa, o que pode interferir na sua imagem pública, fato proeminentes na sociedade atualmente.

Os pesquisados também evidenciaram impactos das *fake news* na mediação e disseminação de informações, sendo duas tarefas que fazem parte do ofício bibliotecário, o qual, em sua essência, recebe demandas, realiza pesquisas e oferece informações e materiais que, em tese, atenderão ao que lhe foi manifestado. Para a maioria, esse impacto é um problema relacionado a fontes de informação, que devem ser checadas, que merecem atenção antes de serem repassadas.

Enquanto um bibliotecário afirma que, independe da formação profissional, o jornalismo está cheio de notícias maliciosas ou ideológicas, culminando em conteúdos distorcidos, outro dois reafirmam suas preocupações com as fontes, o que estimula a realização de iniciativas que conscientizem seus alunos sobre os impactos das *fake news* enquanto instrumentos de desinformação. Os relatos caminham para a necessidade de os bibliotecários terem qualificação para realizar ações como *fact-checking*, atuando na sociedade como mediadores e disseminadores de informação, pois cogita-se que as pessoas não saibam como verificar uma notícia. Inclusive, menciona-se que o público universitário não possui conhecimento hábil para checar informações, sendo um retrato de dificuldades quando lidam com repertórios bibliográficos. Neste sentido, pensar em estratégias de letramento informacional se apresenta como um sugestivo caminho, capacitando os alunos nos processos de buscar fontes, recuperar informações e disseminação conteúdos checados.

Entre as bibliotecas que responderam à pesquisa, apenas uma possui um projeto contra notícias falsas. Em contrapartida, os bibliotecários estão cientes da presença das *fake news* na sociedade, de cenários de desinformação que se assentam em diversos segmentos, facilmente identificados em tempos de pandemia da Covid-19. Por sua vez, entre os ambientes de checagem elencados no trabalho, a iniciativa “Fato ou Fake” foi a mais difundida entre os respondentes, talvez pelo alcance televisivo que o Grupo Globo possui se comparado às demais.

Concluiu-se que os bibliotecários compreendem a essência do significado de *fake news*, usam ambientes de checagem, defendem que profissionais e alunos devem ser capacitados, explicam que as redes sociais não são fontes seguras e orientam os estudantes sobre a checagem da origem da informação recebida, inclusive reforçando o discurso de que tal postura deve ser ensinada desde o começo da vida escolar.

Enquanto deseja-se que esta pesquisa traga, em alguma medida, contribuições acadêmicas sobre o tema, fomenta-se o desejo por uma reedição do estudo, comparando os resultados, que podem mostrar variações na propagação dos diferentes tipos de *fake news*, maior conscientização e mudanças de hábitos na conferência de fontes e uso de ferramentas de checagem implementadas por IA, tudo isso observando como os bibliotecários podem contribuir em um cenário robótico de verificação em prol da mediação e disseminação de informações verídicas.

## REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 31, n. 2, p. 211-36, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 9 jul. 2024.

ALMEIDA, Raquel de Queiroz. Fake news: arma potente na batalha de narrativas das eleições 2018. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 70, n. 2, p. 9-12, abr. 2018. Disponível em: [http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0009-67252018000200004&lng=pt&nrm=iso](http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252018000200004&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 9 jul. 2024.

ALMEIDA, Amanda Holtz de Brito; BORGES, Kátia Regina Macêdo. De cortina de fumaça à opinião pública as táticas comunicacionais do governo bolsonaro. In: XLII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., Belém, 2019. **Anais [...]**. Universidade Federal do Pará, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1626-1.pdf>. Acesso em: 9 jul. 2024.

AOS FATOS. **Fátima**. Aos Fatos. Rio de Janeiro, 2021 Disponível em: <https://www.aosfatos.org/fatima/>. Acesso em: 9 jul. 2024.

ARDUINO, Luiz Guilherme de Brito; MORAES, Vânia de. A transmissão de fakenews como um recurso de propagabilidade durante a campanha eleitoral de 2018. In: XXIV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 24., 2019, Vitória. **Anais [...]**. Universidade de Taubaté, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-0374-1.pdf>. Acesso em: 9 jul. 2024.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. Competências na era digital: desafios tangíveis para bibliotecários e educadores. **ETD - Educação Temática Digital**, Campinas, v. 6, n. 2, p. 30-50, 2008. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/772>. Acesso em: 12 jul. 2024.

BORDALLO, Emanuelle; BARROS, Henrique Sales. Golpistas simulam sorteios e 'lives' de famosas para promover perfis no Kwai. **Agência Lupa**, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2022/03/11/golpistas-live-kwai/>. Acesso em: 09 jul. 2024.

CATRACA LIVRE. Site falso imitando G1 divulga pílulas para capacidade cognitiva. **Catraca Livre**. Cidadania, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/cidadania/site-falso-imitando-g1-divulga-pilulas-para-capacidade-cognitiva/>. Acesso em: 09 jul. 2024.

COSTA, Samuel. #Verificamos: Foto viral de manifestação é de 1991 e foi tirada em Moscou, não no Canadá. **Agência Lupa**, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2022/02/07/verificamos-manifestacao-canada-moscou/>. Acesso em: 09 jul. 2024.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. O Bibliotecário de Referência: métodos e técnicas de ensino. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v. 13, n. 1, 1984. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/reb/article/view/36463>. Acesso em: 09 jul. 2024.

FREITAS, André Lage; SANTANA, Orivaldo. Apresentação: Machine Learning: desafios para um Brasil competitivo. **Computação Brasil** - Revista da Sociedade Brasileira de Computação, Porto Alegre, p. 7-10, 6 jun. 2019. Disponível em:

[https://www.sbc.org.br/images/flippingbook/computacaobrasil/computa\\_39/pdf/CompBrasil\\_39\\_180.pdf](https://www.sbc.org.br/images/flippingbook/computacaobrasil/computa_39/pdf/CompBrasil_39_180.pdf). Acesso em: 02 jul. 2024.

KOHN, Karen; MORAES, Cláudia Herte de. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais** [...]. Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1533-1.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2024.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro.; NOGUEIRA, Erika Cristina Dias. Estratégias de visibilidade utilizadas por movimentos sociais na internet. **Comunicação Midiática**, Bauru, v. 7, n. 2, p. 138-161, 2012. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/291>. 02 jul. 2024.

METZ, Rachel. The fight to stay ahead of deepfake videos before the 2020 US election. **CNN Business**, Atlanta, 2019. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2019/06/12/tech/deepfake-2020-detection/index.html>. Acesso em: 02 jul. 2024.

MONTEIRO, Rafael. Detector de Fake News. **Fakecheck**. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://nilc-fakenews.herokuapp.com/>. Acesso em: 9 jul. 2024

PROJETO COMPROVA. Comprova: jornalismo colaborativo contra a desinformação. Empresa foi multada por pagar propinas, não por fraudar urnas eletrônicas. **Projeto Comprova**, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://projecomprova.com.br/>. Acesso em: 9 jul. 2024.

SANTANA, Gislane Pereira; SIMEÃO, Elmira Luiza Melo Soares. Notícias falsas: origens, meios de disseminação, contextos e enfrentamento. In: VIII SEMINÁRIO HISPANO BRASILEÑO DE INVESTIGACIÓN EN INFORMACIÓN, DOCUMENTACIÓN Y SOCIEDAD, 8., 2019, São Paulo. **Anais** [...]. Centro de Difusão Internacional da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2019. Disponível em: [https://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/37895/1/ARTIGO\\_NoticiasFalsasOrigens.pdf](https://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/37895/1/ARTIGO_NoticiasFalsasOrigens.pdf). Acesso em: 9 jul. 2024

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal**: A prática de fact-checking no Brasil, 2019. 265 f. Tese (Doutorando em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/193359>. Acesso em: 9 jul. 2024

SIMÃO, Renan Borges. Firehosing: por que fatos não vão chegar aos bolsonaristas. **Revista Le Monde Diplomatique Brasil**, São Paulo, v. 137, 2019. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/firehosing-por-que-fatos-nao-vao-chegar-aos-bolsonaristas/>. Acesso em: 9 jul. 2024

SILVA, Júlia Rodrigues da; LOPES, Larissa Barcelar Pontes; SILVA, Márcio Bezerra da. A presença das fake news em mídias sociais: um extrato de publicações sobre a Covid-19 no Facebook. **Revista Fontes Documentais**, Aracaju, v. 3, p. 537–546, 2020. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/354640814\\_A\\_presenca\\_das\\_fake\\_news\\_em\\_midias\\_sociais\\_um\\_extrato\\_de\\_publicacoes\\_sobre\\_a\\_COVID-19\\_no\\_Facebook](https://www.researchgate.net/publication/354640814_A_presenca_das_fake_news_em_midias_sociais_um_extrato_de_publicacoes_sobre_a_COVID-19_no_Facebook). Acesso em: 3 jul. 2024.

SULIMAN, Mohamed. How to disrupt the fake news market. **Project Syndicate**, Nova Iorque, 2022. Disponível em: <https://www.project-syndicate.org/commentary/steps-to-disrupt-online-fake-news-market-by-mohamed-suliman-2022-03?barrier=accesspaylog>. Acesso em: 5 jul. 2024.

THOTA, Aswini; TILAK, Priyanka; AHLUWALIA, Simrat; LOHIA, Nibrat. Fake news detection: a deep learning approach. **SMU Data Science Review**, Dallas, v. 1, n. 3, p. 1-20, 2018. Disponível em: <https://scholar.smu.edu/datasciencereview/vol1/iss3/10/>. Acesso em: 5 jul. 2024.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. 109 p. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 12 jul. 2024.

ZAMITH, Fernando. O clickbait no ciberjornalismo português e brasileiro: o caso português. In: VI CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, 6. 2019, Porto. **Anais** [...]. Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Porto, 2019. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/130312/2/430799.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2024.