



FACULDADE DE TECNOLOGIA, CIÊNCIA E EDUCAÇÃO – FATECE
CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

DÔNAVAN ALCINO FADEL

UM ESTUDO DE CASO SOBRE A DISSEMINAÇÃO DAS
FAKE NEWS NA WEB

Pirassununga
2020

DÔNAVAN ALCINO FADEL

**UM ESTUDO DE CASO SOBRE A DISSEMINAÇÃO DAS
FAKE NEWS NA WEB**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Tecnologia,
Ciência e Educação – FATECE de
Pirassununga.

Curso de Ciência da Computação.

Orientador: Prof. Ana Paula dos
Santos Braatz Vieira

RESUMO

Desde a criação da internet, que organiza redes de conexões mundiais, o impacto das mesmas tomou proporções muito maiores, abrindo portas para o uso nocivo da internet, como as *Fake News*. A capacidade que a *Fake News* tem de tomar grandes proporções na internet, por meio das redes sociais, listas de contatos e grupos de pessoas é maior do que uma notícia verdadeira. Isso ocorre devido ao grande número de *bots* que aceleram a disseminação das informações falsas. Dessa maneira, o objetivo do trabalho é analisar os meios de propagação e a disseminação das *Fake News* nas mídias digitais e, por conseguinte, como as pessoas estão suscetíveis as essas ameaças. Justifica-se pela importância de mostrar ao público como funciona a disseminação das informações falsas e como as redes sociais tentam, constantemente, combater esse mal que assola as redes. Para atingir os resultados, o trabalho foi composto por uma pesquisa bibliográfica, com abordagens qualitativas e quantitativas. No estudo, foi observado que além de sites produtores de *Fake News* existem os *bots* e as *botnets*, que intensificam o compartilhamento e a disseminação dessas informações. Após a análise dos propagadores de *Fake News* e como eles funcionam, entende-se que existe um mecanismo de compartilhamento em massa que potencializam a interação dessas informações. São ferramentas usadas para atingir o maior número de pessoas possíveis. Nota-se então que junto a isso existem métodos de combate constante nas redes sociais. Diariamente, se fortalecem para combater o compartilhamento de informações maliciosas. Contudo, não é 100% funcional, fazendo-se necessário a conscientização das pessoas.

Palavras-chave: compartilhamento, *Fake News*, redes sociais e *bots*.

ABSTRACT

Since the beginning of the internet, that organizes global networks connections, its impact achieved bigger proportions, opening space for its negative use, as the fake news, for instance. The ability that Fake News have to achieve bigger proportions on the internet, through the social media, contact lists and group of people is bigger than a true piece of news. It happens because of the big amount of bots that speed up the spread of false information. Therefore, the objective of this paper is to analyze the means of propagation and the spread of Fake News on the social media and consequently how people are susceptible to this threat. It is justified by the importance of showing people how the spread of false information works and how the social media constantly tries to battle this evil that hits the internet. To reach the results, a bibliographic research and a qualitative and quantitative approach composed this work. It has been observed that besides the websites that produce and share Fake News there are the bots and the botnet, that intensify the sharing and dissemination of this kind of information. After the review of the spreaders of Fake News and how they work, we understand that there are some mass sharing mechanisms that optimize the interactions among the false information. They are instruments used to achieve the biggest amount of people they can. Therefore, as we can see, there are some methods to combat the Fake News on social media. On a daily basis, they get stronger, but it is not a hundred percent functional. In that case, it is necessary to raise the population's awareness.

Keywords: *Sharing, Fake News, social media and bots.*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
1.1. CONTEXTO DE PESQUISA	6
1.2. PROBLEMA	7
1.3. OBJETIVO	7
1.3.1. OBJETIVO GERAL.....	7
1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO	7
1.4. JUSTIFICATIVA	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO	8
3. MATERIAL E MÉTODOS.....	15
3.1. COLETA DE DADOS	15
3.2. FORMULÁRIO DO GOOGLE FORMS.....	15
3.3. ANÁLISE DE SITES PRODUTORES DE <i>FAKE NEWS</i> E O USO DE <i>BOTS</i> 16	
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	17
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
6. REFERÊNCIAS	22
7. APÊNDICE	25

1. INTRODUÇÃO

O surgimento da internet foi por meados de 1969, nos Estados Unidos. Inicialmente conhecida como *Arpanet*, foi criada com o intuito de interligar laboratórios de pesquisa. Na época, acontecia a guerra fria e *Arpanet* era usada para a comunicação entre militares e cientistas.

Com o tempo foi se expandindo para outros países da Europa, como Holanda Dinamarca e Suécia. A partir disso passou-se a ser chamada de Internet e após duas décadas foi liberado o uso comercial nos Estados Unidos e diversas empresas que provem acesso à internet foram surgindo no país.

A internet se familiarizou no dia a dia das pessoas, facilitando as conexões, o acesso à informação, desenvolvimento de pesquisas, trabalhos e buscas às mais variadas dúvidas.

No entanto, apesar dos seus benéficos trouxe também aspectos negativos, como as *Fake News*, informações falsas criadas com o propósito de prejudicar grupos ou entidades.

Sua disseminação, de forma acelerada na internet, acontece por meio de *bots* e *botnet*, robôs utilizados para auxiliar todo esse processo de forma eficaz. Seu uso, intensifica o compartilhamento de *Fake News*.

Em meados de 2016, por exemplo, temos a eleição presidencial norte-americana, entre Donald Trump e Hillary Clinton.

Em vista disso, hoje já existem alguns métodos de combate utilizados para diminuir a propagação e força dessas informações falsa, contudo os caminhos não são 100% eficazes.

1.1. CONTEXTO DE PESQUISA

O presente trabalho mostrará como a *Fake News* tem um alto poder de disseminação e a capacidade de tomar grandes proporções na internet, por meio de redes sociais, listas de contatos e grupos de pessoas e ferramentas maliciosas.

1.2. PROBLEMA

Nesse cenário, o problema encontrado na pesquisa é: Como combater o compartilhamento em massa das *Fake News* nas redes sociais.

1.3. OBJETIVO

Na seguinte parte, o projeto irá apresentar o objetivo geral que se pretende alcançar e os objetivos específicos que irão auxiliar nesse processo.

1.3.1. OBJETIVO GERAL

Analisar a propagação de *Fake News* a partir de páginas que disparam notícias falsas.

1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

- Diferenciar as páginas falsas de um site de notícia verdadeiro;
- Mostrar o funcionamento de um *bot*.
- Discutir a forma de combate das *Fake News* nas redes sociais;
- Mostrar como as pessoas estão suscetíveis a terem seus dados pessoais capturados sem a sua ciência.

1.4. JUSTIFICATIVA

No âmbito da ciência da computação, o trabalho se justifica pela importância de entender como as redes sociais estão combatendo as *Fake News* por meio dos seus algoritmos e exemplificar como as ferramentas de disseminação são usadas.

Além disso, na questão social é válido para conscientizar sobre a necessidade de buscar a veracidade de um conteúdo e verificar as fontes de informação.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Com o atual cenário democrático e o uso em abundância das mídias digitais pela população, como *Facebook* e *Whatsapp*, a disseminação de conteúdo encontra-se em um terreno fértil para essa função.

“Essas plataformas têm sido frequentemente desacreditadas não apenas por ajudar, mas na verdade aumentar a disseminação de notícias falsas” (TALWAR *et al.*, 2019, p. 2, traduzido pelo autor).

Porém essa propagação nem sempre está ligada à fatores positivos, podendo ser usada para compartilhar as chamadas *Fake News*, o que pode levar à um linchamento e a um pânico generalizado por informações mal disseminadas.

De acordo com o grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para Acesso a Informação, que mostrou que 12 milhões de pessoas compartilham notícias falsas sobre política no Brasil. (2018, p. 8)

Com isso, na tentativa de achar soluções para este problema, segundo os autores Pablo de Andrades Lima e Érico Amaral (2018, p. 3) classificaram as *Fake News* em sete tipos, como podemos visualizar na Tabela 1.

Tabela 1 - Classificação das *fake news*

	Tipo	Descrição
1	Sátira ou Paródia	Não quer necessariamente causar mal, mas pode enganar o leitor
2	Falsa Conexão	A chamada da notícia não condiz com conteúdo apresentado
3	Conteúdo enganoso	Uso mentiroso de uma informação para difamar outro conteúdo ou pessoa
4	Falso Contexto	O conteúdo é verdadeiro, mas é compartilhado com contexto falso
5	Conteúdo Impostor	Usa-se o nome de uma pessoa ou marca, mas afirmações irreais
6	Conteúdo Manipulado	O conteúdo verdadeiro é alterado para enganar o público
7	Conteúdo Fabricado	Informações 100% falsas e construídas para causar algum mal espalhar boatos

Fonte: Blog Magic Web Design, 2018.

Já os autores Virgílio Almeida, Danilo Doneda e Ronaldo Lemos (2018, p. 2), diferem por apresentar apenas 3 classificações.

A primeira é a desinformação, criação e compartilhamento proposital com a finalidade de prejudicar alguém ou um grupo.

A segunda, é a notícia falsa propriamente dita. Nesse caso, uma pessoa acaba compartilhando uma *Fake News* sem saber e sem a intenção de afetar alguém negativamente.

A terceira e a última classificação, a *mal-information* consiste em notícias que tenham uma base verdadeira, porém são editadas e compartilhadas na intenção de causar algum dano.

Nesse cenário, ambos os autores propuseram algumas soluções para o combate contra a desordem informacional: “*hard power*”, “*soft power*”, “*Deep learning*”, “*crowdsourcing*” e “*fact-checking*”.

- *Hard power* é uma estratégia onde os governos miram diretamente nos mecanismos de circulação de informação;
- *Soft power* são mecanismos que agem para que a sociedade fique imune a esse tipo de manipulação;
- *Deep learning* são algoritmos capazes de analisar textos, identificar padrões e classificar sua veracidade ou não;
- *Crowdsourcing* é um sistema implantado pelo *Facebook*, que seleciona o que irá aparecer para o usuário por questões de familiaridade com os conteúdos, o que reduz a propagação de *Fake News* pelos robôs;
- *Fact-checking* são agências de checagens de fatos.

“A partir desses padrões, o grupo do *Massachusetts Institute of Technology* criou um algoritmo capaz de detectar com 75% de acerto se um rumor no *Twitter* é verdadeiro ou falso. Para isso, são examinados apenas o estilo linguístico do tuíte e a característica das reações a ele, bem como sua dinâmica de propagação” (ALMEIDA; DONEDA; LEMOS, 2018, p. 3).

Sendo assim, apesar do algoritmo criado ser de grande avanço ainda existe a problemática da rápida circulação das notícias falsas, o que dificulta o uso do algoritmo desenvolvido pelo grupo do *Massachusetts Institute of Technology*.

Nessa situação, a pesquisa desenvolvida pelo grupo do *Massachusetts Institute of Technology (MIT)* mostrou também que o motivo das *Fake News* circularem mais rápido do que as notícias verdadeiras são por conta do filtro-bolha dos usuários da internet. Este filtro faz com que pessoas do mesmo grupo visualizem e compartilhem o mesmo tipo de notícia e os *bots*, robôs programados para ter um comportamento semelhante a um humano. Na maioria dos casos, são contas automatizadas que passam a impressão de que uma notícia tem relevância e engajamento, assim o algoritmo auxilia na entrega desse conteúdo. Além disso, existe também a característica da plataforma, que funciona por um algoritmo que a partir das suas buscas, irá direcionar as notícias do seu interesse.

A disseminação da *Fake News* ainda é um problema, pois ainda não há uma ferramenta 100% funcional, ou seja, um mecanismo que consiga combater todo e qualquer tipo de *Fake News*, sendo o melhor caminho a busca por fontes confiáveis, análise dos sites e das matérias (Battaglia, 2018).

Marwick (2018) destaca que no cenário criados nas redes sociais, no qual a mídia afeta as pessoas de três formas, a primeira é como o usuário entende as informações, baseado nos seus posicionamentos sociais e políticos, na sua identidade e habilidades. A segunda é a forma que as mensagens são estruturadas para criar um ambiente como uma variedade de assuntos. E a terceira forma é como o material disseminado é configurado com técnicas que afetam e influenciam o seu significado para o usuário.

Em relação a isso, as pessoas não necessariamente querem informar outras ou distribuir algum conteúdo jornalístico. Elas podem apenas compartilhar histórias e se expressar de acordo com suas crenças, posicionamentos e estrutura das mensagens (TALWAR *et al.*, 2019, p. 2).

Existem também, outros fatores sociais relacionados ao compartilhamento de *Fake News* no ambiente das redes sociais, além da visão de mundo de cada indivíduo (TALWAR *et al.*, 2019, p. 3-5):

- O primeiro é a confiança criada entre os usuários nas redes sociais, o que leva pessoas a compartilharem as informações sem ao mesmo checa-las.
- O segundo é a necessidade de auto divulgação, para que o indivíduo fortaleça laços entre os grupos.
- O terceiro motivo é a necessidade de comparação, o que pode acabar misturando as linhas entre ficção e realidade na internet e levar a pessoa a propagar *Fake News* para receber aprovação social.
- O quarto motivo, chamado de *Fear of Missing out* (FoMo), é uma reação psicológica que por medo de ser esquecido a pessoa se torna mais imprudente e provável de compartilhar informações falsas.
- O quinto e último fator é a fadiga social, que causa estresse e sentimentos negativos pelo uso excessivo e constante das redes sociais

Por exemplo, ao apoiar um candidato político, seu eleitor pode compartilhar qualquer tipo de notícia que favoreça a vitória do seu escolhido, como o caso das eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016.

Nesse caso a empresa contratada por Donald Trump, Cambridge Analytica, responsável por sua consultoria política, era uma empresa privada que tinha por função coletar e analisar dados dos usuários da internet.

Visto isso, nas campanhas fez uso de um aplicativo chamado *This is Your Digital Life*, um teste de personalidade que obteve informações sobre o caráter das pessoas.

Por trás dessas informações, o que os usuários do teste não tinham ciência é que ao responder as perguntas estavam disponibilizando seus dados pessoais dos perfis do *Facebook* e também os dados dos seus amigos.

Essas informações foram usadas para influenciar a escolha do candidato nas urnas eleitorais. Esse feito, trouxe grandes vantagens para Trump que teve uma vitória sobre a candidata Hillary Clinton.

“Ao todo foram 80.000 (oitenta mil) *posts* em texto no *Facebook*, 120.000 (cento e vinte mil) artigos falsos, 40.000 (quarenta mil) contas no *Twitter*, 131.000 (cento e trinta e um mil) *tweets* entre Setembro e Novembro, 1.100 (um mil e cem) vídeos no *Youtube*. Tudo isso gerado por robôs em apenas 3 meses” (ANGST; BOGLER, 2019, p. 8).

Esses dados mostram como as mídias digitais auxiliam na rápida disseminação das *Fake News*, uma vez que esses robôs criados comentavam em páginas de notícias, interagiam entre si, faziam posts e compartilhavam notícias a favor de Trump.

A respeito do compartilhamento de *Fake News*, existem também ferramentas que auxiliam nessa disseminação, como os *bots* e as *botnet* (Fundação Getúlio Vargas, 2017, p. 9).

Os *bots* são softwares desenvolvidos para desempenhar ações humanas de forma rápida e eficaz na internet. São programados para fazer posts em grandes quantidades e de forma repetitiva.

Nesse mesmo segmento temos a *botnet*, que são redes de contas de *bots* criada pelo mesmo indivíduo. Esses *bots* são programados para agir de forma conjunta e, dessa forma, gerar maior engajamento na informação compartilhada e aumentar o seu alcance.

Para identificá-los basta observar características como, o padrão de fala dessas contas, que seguem sempre a mesma linha; postagens idênticas; padrões de contas, como perfis anônimos; data e hora da criação, que são feitos a partir da mesma localização, *Internet Protocol (IP)*¹ de rede e horário aproximado e algumas *hashtags* e tópicos específicos.

¹ IP – *Internet Protocol*: O endereço IP é uma sequência de números designada a cada computador por um protocolo de internet. O endereço IP tem como propósito identificar um computador em uma rede.

Na tentativa de minimizar a disseminação de *Fake News* e as questões que envolvem os usos dos *bots* e *botnet* existem algumas ferramentas nas redes sociais como o *crowdsourcing*, *fact-checking* e alfabetização digital.

O termo *crowdsourcing* foi desenvolvido pelo pesquisador e jornalista Jeff Howe em 2006 e numa tradução literal significa colaboração em massa. Essa prática nada mais é do que uma forma de encontrar uma inteligência coletiva que ajude com novas ideias para solucionar problemas.

“O intuito é obter colaboração de fontes externas, aliando-as aos conhecimentos internos, como forma de inovar, reconhecendo que a solução para os problemas podem estar situados em qualquer lugar do mundo, principalmente nas mente das pessoas” (CHIEH, 2019, p. 50).

Esse mecanismo, que é mediado por uma plataforma interativa online, pode ser usado na verificação da veracidade dos fatos, como foi mostrado no trabalho de um aluno da *Fitchburg State University*.

Ele criou um protótipo de sistema que usa do argumento das pessoas, ou seja, a técnica do *crowdsourcing* para verificar a validade das alternativas propostas e assim ajudar a identificar uma *Fake News*.

Como segunda ferramenta no combate ao compartilhamento de notícias falsas temos o *fact-checking*. São agências de checagens de fato que trabalham com a transparência e credibilidade das informações.

No Brasil, existem três agências certificadas pelo IFCM², uma rede internacional de checagem de fatos, sendo elas agência Lupa, Truco e Aos Fatos. Os métodos de trabalho entre as agências seguem quase a mesma linha, pois ambos buscam mostrar a veracidade das informações publicadas, as fontes encontradas, os dados, links e referências que comprovem os fatos (SPINELLI; SANTOS, 2018, p. 14).

Nesse sentido, para exemplificar alguns dos propagadores de *Fake News* nas redes sociais, foi apontado pelo site do SINTPq algumas páginas responsáveis

² IFCM- *International Fact-Checking Network*.

pela produção e disseminação de notícias falsas, sendo os que estão em funcionamento o Correio do Poder, Diário do Brasil, Folha do Povo, Folha Política e Gazeta Social.

Sob essa ótica, apesar de não ser aconselhável esperar que a tecnologia verifique sozinha a veracidade de uma notícia, também contamos com a alfabetização digital, um procedimento lento, trabalhoso, mas eficaz a longo prazo. Consiste no uso responsável das mídias digitais, busca por fontes de informação confiáveis e a conscientização pela checagem dos fatos antes de compartilhá-los.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Para atingir os objetivos propostos pelo estudo e testar as hipóteses foi desenvolvido um estudo de caso a respeito das *Fake News* e seus métodos de propagação. Esse foi um estudo composto de uma abordagem qualitativa e quantitativa, respectivamente.

A pesquisa é caracterizada como exploratória, afim de aprofundar o conhecimento sobre o referido assunto.

Afim de chegar nos resultados esperados o estudo foi dividido em três etapas, que serão detalhadas logo a baixo.

3.1. COLETA DE DADOS.

Nessa primeira parte, foram selecionados alguns artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso e sites confiável para entender o que são *Fake News*, como elas funcionam, como se propagam de forma rápida, como surgiram e qual o motivo das pessoas compartilharem esse tipo de informação.

Essas informações foram colocadas em relatórios, que posteriormente foram comparados para tirar conclusões do assunto.

Os artigos auxiliaram na compreensão e classificação dos tipos de *Fake News*, os métodos existentes para minimizar seu impacto e como funcionam as ferramentas utilizadas para impulsionar a disseminação e o engajamento dessas informações falsas.

3.2. FORMULÁRIO DO GOOGLE FORMS

Na segunda parte do trabalho foi desenvolvido um formulário no *Google Forms*, com quatro questões, afim de entender a relação das pessoas com as *Fake News* e como elas reagem a isso.

3.3. ANÁLISE DE SITES PRODUTORES DE *FAKE NEWS* E O USO DE *BOTS*

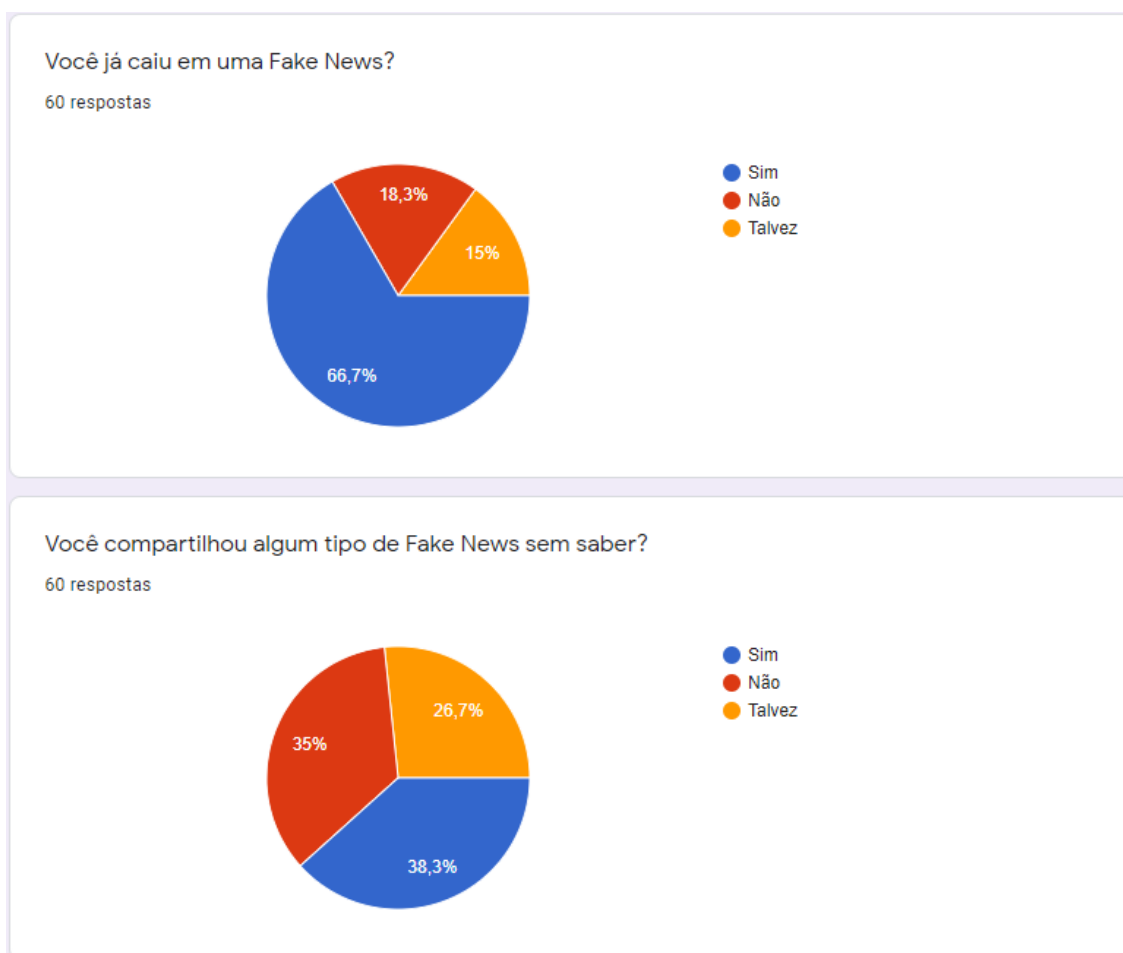
Na terceira e última etapa dessa pesquisa será feita uma análise dos cinco sites mencionados produtores de *Fake News*. Os aspectos escolhidos para serem verificados são: a plataforma utilizada para desenvolver o site, as características das postagens, layout do site e as *tags* usadas para encontrar o site.

Nesse sentido, será analisado também o uso dos *bots* e *botnet* que aumentam a quantidade de compartilhamento, o engajamento, interação e alcance de uma *Fake News*.

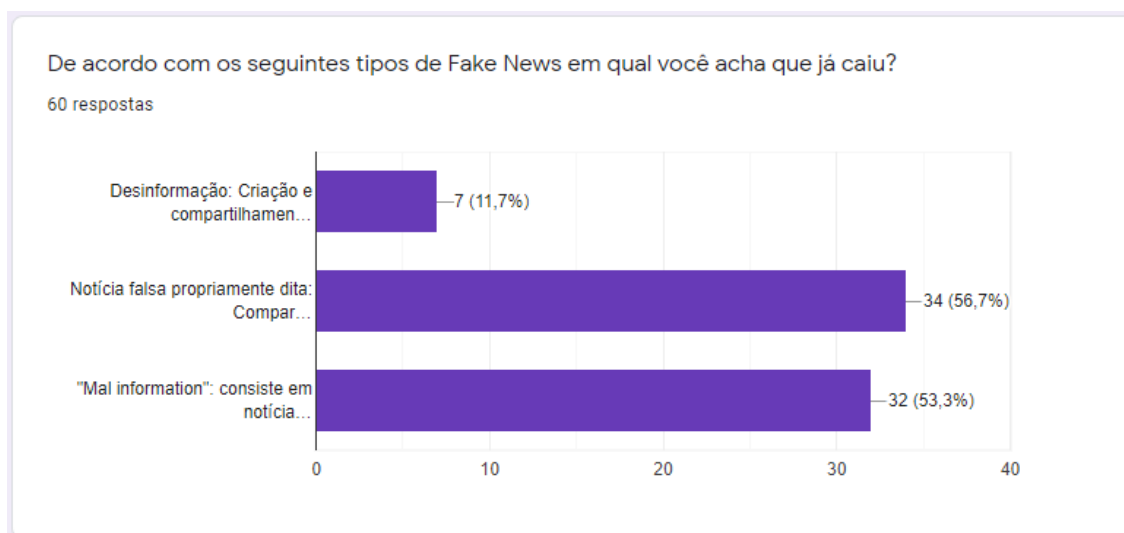
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante o atual cenário de rápido compartilhamento de informações e, conseqüentemente, o surgimento de muitas *Fake News* com o propósito de enganar e causar pavor nas pessoas, a pesquisa feita por meio do formulário do *Google Forms* traz algumas análises importantes sobre como as pessoas reagem nesse contexto.

No formulário, com um total de 60 respostas é possível observar no gráfico abaixo que mais da metade das pessoas, 66,7%, já caiu em algum tipo de *Fake News* e desse total, 38,3% já compartilhou alguma notícia desse tipo.



Nesse sentido, dentre as pessoas que já compartilharam essas notícias mais da metade não sabia que se tratava de um conteúdo falso e não tinham intenção de prejudicar alguém ou compartilhavam porque a notícia até possuía uma base verdadeira, porém com algumas informações modificadas.



Dessa forma, a pesquisa também verificou que mais que 80% das pessoas que responderam ao formulário buscam sempre outras fontes de informação para comprovar a veracidade dos fatos e, mesmo assim, a grande maioria ainda cai em algum tipo de *Fake News*.

Isso mostra que o fato de notícias falsas terem um apelo emocional e utilizarem ferramentas adequadas para se misturarem com informações verdadeiras as chances de serem aceitas são altas.

Assim sendo, foi feito uma análise de cinco páginas disseminadoras de *Fake News* onde os aspectos serão apresentados logo abaixo.

Correio do Poder, Folha Política e Gazeta Social são blogs que foram feitos para simular sites jornalísticos, com manchetes, fotos de impacto e links que direcionam o leitor para outros sites de notícias, tentando passar uma credibilidade para os usuários.

Em contrapartida a primeira página, a Folha Política difere pelo seu layout mais organizado, informações sobre seu próprio canal no *Youtube* e divisões em editorias. A Gazeta Social, também difere pela questão do seu layout.

As três páginas fazem o uso das *tags*, que são usadas para auxiliar na localização da página e classificar os tópicos mais importantes dentro dela.

A quarta página, intitulada como Jornal Folha do Povo também é um blog se passando por site, melhor estruturado com botões para compartilhar, espaço para comentários, redes sociais, anunciantes e lista de cidades que o site abrange.

A quinta e última página, o Diário do Poder, difere das outras por ser um site, com layout mais simples e, por esses motivos, passa a impressão de ser um portal de notícias sério e verídico.

Dentre todos os sites/blogs, o que apresenta maior credibilidade é o Diário do Brasil, pois é um site e, como já citado, a estruturação da página é melhor apresentada para seus leitores.

Nesse sentido, visto a importância das redes sociais na vida das pessoas é comum que muitas se deparem com aspectos negativos da *internet*, como a propagação das *Fake News* que são intensificadas pelo uso dos *bots*.

Esses robôs, conhecidos como *social bots*, são perfis gerenciados por *softwares*, que simulam o comportamento humano e interagem com perfis verdadeiros nas redes sociais.

São capazes de comentar e até compartilhar informações falsas que faz com que se misturem com contas reais, tornando sua identificação ainda mais complicada.

Os *bots*, também podem trabalhar em grupo, denominado *botnet*, o que gera maior alcance e engajamento das publicações. Conseguem interagir com um número maior de pessoas, levantar *hashtags*, manipular avaliações em sites e até aumentar a propagação de notícias falsas entre grupos sociais.

O uso malicioso desses robôs pode atingir de forma negativa diversos aspectos em nossa sociedade, sejam eles econômicos, sociais ou políticos, como exemplificado com as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho tinha como objetivo analisar a propagação das *Fake News* em páginas de notícias falsas. Foi também feito um formulário na intenção de ajudar no desenvolvimento do projeto, afim de mostrar como as pessoas estão vulneráveis a esse tipo de ataque.

O tema apresenta a importância em níveis econômicos, sociais e políticos por se tratar de questões atuais e que estão presentes diariamente em qualquer parte da nossa sociedade. As *Fake News* são conhecidas por terem a intenção de prejudicar alguém ou algum grupo e tem grande capacidade de persuadir as pessoas e rápida propagação.

O trabalho analisou cinco páginas propagadoras de *Fake News* e como os *bots* tem uma grande influência na disseminação das informações. Essas ferramentas tem um alto poder negativo na sociedade e podem causar um pânico generalizado por informações mal-intencionadas.

Nesse sentido, entendemos a importância do combate às *Fake News*, mesmo que não exista uma ferramenta 100% eficaz para isso. A exemplo disso, temos os três métodos de combates já mencionados, que são *crowdsourcing*, *fact-checking* e alfabetização digital.

Sendo assim, observamos os exemplos do Instagram, *Facebook* e *Whatsapp*, que fazem o uso do *crowdsourcing*, uma ferramenta que utiliza os argumentos das pessoas para validar os fatos.

Já o *fact-checking*, que são agências de checagem de fatos, muito utilizadas por jornais e meios de comunicação, para auxiliar na validação das informações.

Por fim, a alfabetização digital, um método de conscientização para que os usuários fiquem atentos ao tipo de informação que recebem e busquem sempre novas fontes para verificar a seriedade das notícias.

Desse modo, apesar dos métodos de combate serem os mais apropriados, eles não conseguem impedir a total disseminação das *Fake News* devido à grande quantidade de notícias falsas circulando nas redes. Portanto, a forma mais eficaz continua sendo a conscientização dos usuários para o tipo de conteúdo que eles consomem.

6. REFERÊNCIAS

LIMA, A.P.; AMARAL, E. Existem ferramentas digitais capazes de reduzir a disseminação das fake news?. Publica-se: Portal de Periódicos da Unipampa, 2018. Disponível

em:(https://guri.unipampa.edu.br/uploads/evt/arq_trabalhos/17804/seer_17804.pdf). Acesso em: 05 de set. de 2020.

ALMEIDA, V.; DONEDA, D.; LEMOS, R. Com avanço tecnológico, fake news vão entrar em fase nova e preocupante. Folha de São Paulo, 2018. Disponível em: (<https://anebrasil.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Artigo-Fake-News-Virg%C3%ADlio-Almeida-08-Abr-2018.pdf>). Acesso em: 05 de set. de 2020.

SILVA, W. L. Folha de São Paulo, 2001. Cotidiano. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml#:~:text=A%20internet%20foi%20criada%20em,Departamento%20de%20Defesa%20norte-americano>>. Acesso em: 12 de set. de 2020.

CAMPOS, Lorraine Vilela. "O que são Fake News?"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-que-sao-fake-news.htm>. Acesso em 12 de nov. de 2020.

Fake News: Especialistas explicam o fenômeno da atualidade. Portal do Governo, 2018. Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/fake-news-especialista-explicam-o-fenomeno-da-atualidade/>>. Acesso em: 12 de set. de 2020.

Notícias falsas sobre eleição nos EUA têm mais alcance que notícias reais. G1, 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos->

eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html>. Acesso em: 12 de set. de 2020.

MARS, A. Como a desinformação influenciou nas eleições presidenciais?. EL PAÍS, 2018. Disponível em:
<https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html>. Acesso em: 13 de set. de 2020.

ROBÔS, REDES SOCIAIS E POLÍTICA NO BRASIL. Fundação Getúlio Vargas, diretoria de análise de políticas públicas. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <http://dapp.fgv.br/wp-content/uploads/2017/08/Robos-redes-sociais-politica-fgv-dapp.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2020.

MARWICK, A. WHY DO PEOPLE SHARE FAKE NEWS? A SOCIOTECHNICAL MODEL OF MEDIA EFFECTS. GEORGETOWN LAW TECHNOLOGY REVIEW, 2018. Disponível em: (<https://georgetownlawtechreview.org/wp-content/uploads/2018/07/2.2-Marwick-pp-474-512.pdf>). Acesso em: 20 de dez. de 2020.

BRANCO, S. Fake News e os Caminhos para Fora da Bolha. O Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio, 2017. Disponível em: (<https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/08/sergio-fakenews.pdf>). Acesso em: 02 de jan. de 2021.

SPINELLI, E; SANTOS, J. JORNALISMO NA ERA DA PÓS-VERDADE: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. Revista Observatório, 2018. Disponível em:
(<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/4629>). Acesso em: 03 de jan. de 2021.

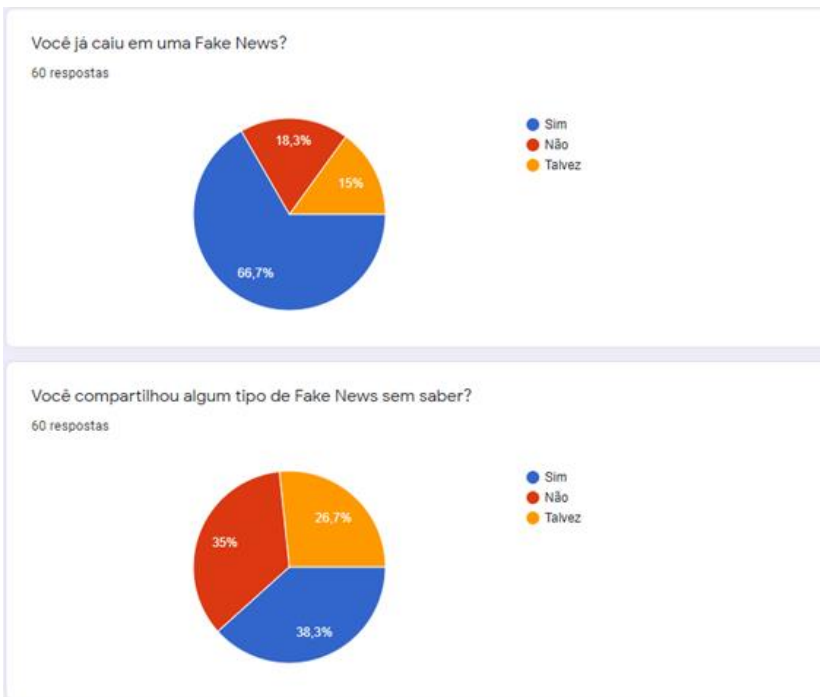
ANGST, F; BOGLER, C. FAKE NEWS: A INFLUÊNCIA NAS ELEIÇÕES NORTEAMERICANAS E AS MEDIDAS PREVENTIVAS NORTEADORAS DAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2019. (RE)PENSANDO DIREITO, 2018. Disponível em: (<https://core.ac.uk/download/pdf/229767389.pdf>). Acesso em: 19 de dez. de 2020.

SETHI, R. Crowdsourcing the Verification of Fake News and Alternative Facts. Fitchburg State University, 2017. Disponível em: (https://www.researchgate.net/publication/317989370_Crowdsourcing_the_Verification_of_Fake_News_and_Alternative_Facts). Acesso em: 23 de dez. de 2020.

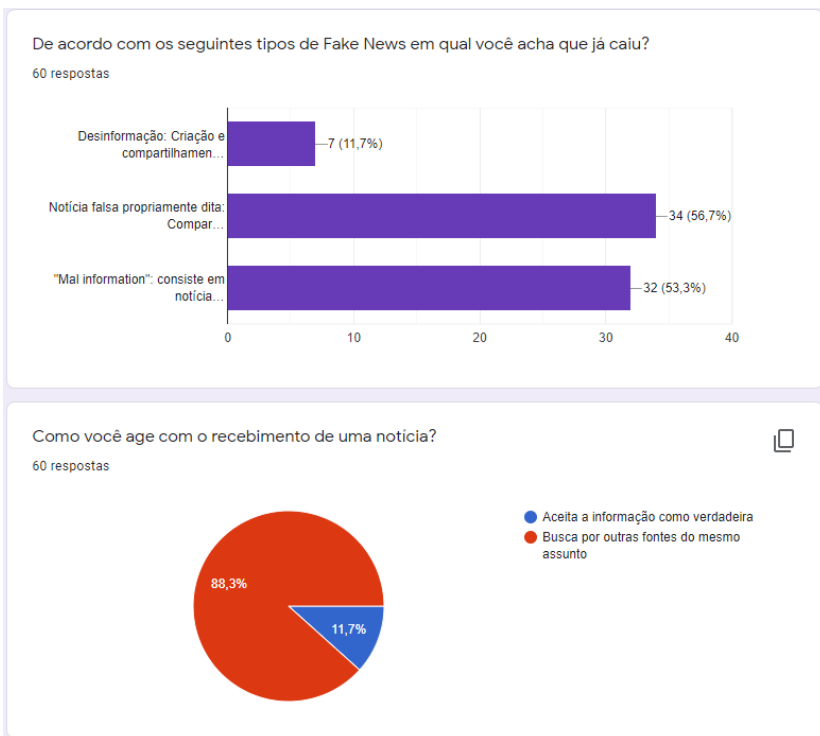
TALWAR, S. et al. Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. Journal of Retailing and Consumer Services, 2017. Disponível em: (https://www.researchgate.net/publication/334114303_Why_do_people_share_fake_news_Associations_between_the_dark_side_of_social_media_use_and_fake_news_sharing_behavior). Acesso em: 02 de jan. de 2021.

CHIEH, L. CROWDSOURCING: COMO A SABEDORIA DAS MULTIDÕES PODE INTERESSAR AO CAMPO DE PESQUISA E AÇÃO DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2019. Disponível em: (<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/12088>). Acesso em: 20 de dez. de 2020.

7. APÊNDICE



Fonte: Autoria própria



Fonte: Autoria própria