



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA**

CANDICE LOPES BRASILEIRO

FACEBOOK COMO CANAL DE DESINFORMAÇÃO

João Pessoa
2017

CANDICE LOPES BRASILEIRO

FACEBOOK COMO CANAL DE DESINFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba como requisito para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Prof Dr. Wagner Junqueira de Araújo

João Pessoa
2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

B823f Brasileiro, Candice Lopes .

Facebook como canal de desinformação / Candice Lopes Brasileiro. –
João Pessoa, 2017.
75f.: il.

Orientador(a): Profº Dr. Wagner Junqueira de Araújo.
Trabalho de Conclusão de Curso (Biblioteconomia) – UFPB/CCSA.

1. Gestão da informação e do conhecimento.. 2. Tecnologia da
informação e da comunicação.. 3. Desinformação.. 4. Redes sociais -
Facebook.. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:02(043.2)

Gerada pelo Catalogar - Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica do
CCSA/UFPB, com os dados fornecidos pelo autor(a)

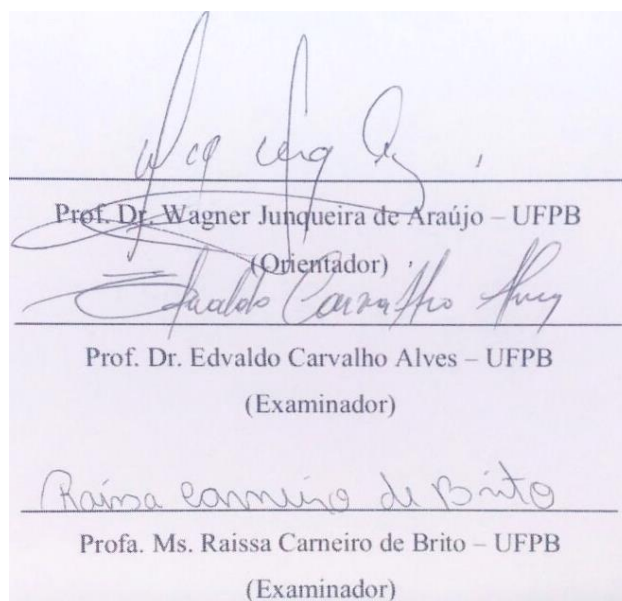
CANDICE LOPES BRASILEIRO

FACEBOOK COMO CANAL DE DESINFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba como requisito para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Prof Dr. Wagner Junqueira de Araújo

BANCA EXAMINADORA



João Pessoa, Paraíba ____ de _____ de 2017.

A família, aos amigos e ao professor, pela paciência, ajuda e companheirismo.

“A nova fonte de poder não é o dinheiro nas
mãos de poucos, mas informação nas mãos
de muitos” – John Naisbitt

RESUMO

A Internet trouxe muitas mudanças para sociedade entre elas o imediatismo da comunicação e da informação, o que mudou completamente a forma como nos relacionamos e nos informamos. A Internet fez a informação ficar mais acessível, contudo isto significa que não há um intermediador entre o usuário e a informação, deixando a critério do usuário identificar a veracidade da informação encontrada. Nos diferentes contextos é possível verificar que várias notícias falsas estão sendo disseminadas na Internet a fim de influenciar a tomada de decisão. O que leva ao questionamento da pesquisa: os usuários do Facebook estão aptos a perceber o que é desinformação? Esta pesquisa teve como objetivo trabalhar a desinformação via redes sociais, a partir da criação de uma página no Facebook disseminando de forma controlada notícias falsas. Foi utilizada abordagem quanti-qualitativa para análise dos dados obtidos. Foram lançadas 12 notícias, com enquete: essa informação foi útil, durante o período de um mês, com intervalo de 2 a 3 dias entre elas, utilizando de análises estatísticas de média e correlação na coleta de dados automatizados e análise do discurso para os comentários que foram deixados nas publicações. Como resultado desta pesquisa apenas 14% dos usuários responderam negativamente a enquete e através da análise de discurso foi percebido que apenas 24% dos usuários perceberam o problema com as notícias falsas. Vindo assim a confirmar que poucos usuários do Facebook conseguem identificar informações falsas.

Palavras-chave: Gestão da informação e do conhecimento. Tecnologia da informação e da comunicação. Desinformação. Redes Sociais - Facebook.

ABSTRACT

The Internet has brought many changes to society among them the immediacy of communication and information, which has completely changed a way we relate and inform ourselves. The Internet has made information more accessible, however this means that there is no intermediary between the user and an information, leaving up to the user's standards to identify a veracity of the information found. In different contexts it is possible to verify that several fake news are being disseminated on the Internet in order to influence the decision making. Which leads to the questioning of this research: Are Facebook users able to perceive what is misinformation? This research had the objective of work the disinformation via social networks, through the creation of a Facebook page disseminating in a controlled way fake news. A quantitative-qualitative approach was used to analyze the data obtained. Twelve news items were released with a poll: was this information helpful, during a period of one month, with a 2 to 3 day interval between them, using statistical analyzes of mean and correlation on the collection of automated data and analysis of the discourse for the comments that were left in the publications. As a result of this research only 14% of users responded negatively to the poll and through discourse analysis it was noticed that only 24% of users noticed the problem with the false news. Coming to confirm that few Facebook users can identify false information.

Keywords: Information and knowledge management. Information and communication technology. Disinformation. Social Network - Facebook

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Site Snopes.....	20
Figura 2 – Site PolitiFact.....	21
Figura 3 – Reações Facebook.....	26
Figura 4 – Detalhe de publicação.....	37
Figura 5 – Termo de consentimento livre e esclarecido.....	39
Figura 6 – Blogger 10informando.....	40
Figura 7 – Publicação teste J. K. Rowling.....	40
Figura 8 – Game Of Thrones – Brasil.....	42
Figura 9 – Modelo de enquete.....	42

LISTA DE SIGLAS

WWW	World Wide Web
TIC	Tecnologia da Informação e da Comunicação
GAFA	Google, Apple, Facebook e Amazon
VR	Realidade Virtual
A.I.	Inteligência Artificial
CBO	Classificação Brasileira de Ocupação
UFES	Universidade Federal do Espírito Santo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 DESINFORMAÇÃO.....	15
3 REDES SOCIAIS.....	23
4 PROFISSIONAL BIBLIOTECÁRIO.....	31
5 PERCURSO METODOLÓGICO.....	35
5.1 Desenvolvimento da página 10informando.....	38
6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS.....	44
6.1 Análise quantitativa.....	44
6.2 Análise qualitativa.....	47
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS.....	53
APÊNDICE A – Transcrição de comentários	60
APÊNDICE B – Análise de discurso	62
APÊNDICE C – Notícias publicadas no Facebook.....	64
APÊNDICE D – Dados da publicação	71

1 INTRODUÇÃO

A sociedade é marcada pelo surgimento e o desenvolvimento dos meios de comunicação. Na contemporaneidade o uso de computadores, os sistemas de informação e comunicação fez a informação adquirir a função de aliada e vilã da sociedade.

Neste cenário, a Internet e as redes sociais digitais se tornaram importantes ferramentas de comunicação, pois contribuem de forma eficaz na disseminação rápida da informação. Através do imediatismo proporcionado por tais tecnologias, as formas de comunicação e interação estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas, facilitando a interação entre pessoas em todo mundo e proporcionando o acesso, a criação e a disseminação de novas informações de forma simples e ágil.

No Brasil a Internet já é utilizada por 42% dos brasileiros como principal fonte de informação, entretenimento e estudos, segundo os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (BRASIL, 2015).

As redes sociais por sua vez se tornaram objetos de estudo e estão recebendo atenção de pesquisadores, pois servem para comunicação interpessoal e como meio colaborativo entre usuários para produção de conteúdo (KURIAN, 2016). Essas redes têm modificado a vida da sociedade moderna na interação, velocidade de informações recebidas e na criação de novas mídias de comunicação.

Segundo Recuero (2011) devido às mudanças que a Internet trouxe para sociedade que vivemos, podemos usufruir da possibilidade de expressão e sociabilização através de ferramentas de comunicação mediada pelo computador.

Quando os atores utilizam as ferramentas das redes sociais para construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixam, na rede de computadores trilhas, que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais. Devido a esses passos que são deixados pela Internet é possível verificar a proporção de como a informação se multiplica pelas redes sociais.

A comunicação imediata, que veio através dos aparelhos eletrônicos de comunicação, desta forma tem criado e compartilhado informação, e o volume

crescente que chega por sistemas de informação, *e-mails*, redes sociais, *feeds*, mídias convencionais, *newsletter*, etc. Cria para muitos um problema, pois a maioria das pessoas não consegue ler tudo e filtrar o que é relevante para si, fazendo do Facebook fonte de informação.

Com acesso a um volume tão grande de informação, pouco se discute sobre o que é relevante ou não, o que pode ser definido como “desinformação”. Entende-se por desinformação a informação falsa criada de forma deliberada para confundir ou dificultar a tomada de decisão por parte de seu receptor.

Esta pesquisa se propôs a trabalhar com um olhar diferenciado sobre a disseminação da informação em redes sociais, pois se propõe verificar se os usuários destas possuem o discernimento para perceber a desinformação. Trabalhando com a propagação de informações falsas, de forma deliberada e controlada, através do Facebook.

Para fim desta pesquisa foi criado no dia 17 de março de 2017 uma página no Facebook a partir do perfil da pesquisadora, nomeada de 10informando, onde foi publicado e compartilhada essas notícias falsas. Esta página ainda se encontra ativa e pode ser acessada pelo link www.facebook.com/10informando/.

A partir das informações coletadas vem a tentar responder a seguinte questão de pesquisa: **os usuários do Facebook estão aptos a perceber o que é desinformação?**

Para responder este questionamento, o trabalho aborda em seu referencial teórico temas como a desinformação e as redes sociais, de forma a subsidiar o seguinte objetivo de pesquisa:

Como a disseminação de notícias com informações desatualizadas e inverossímeis por uma página na plataforma do Facebook é percebida. Para atingir este objetivo são propostos os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar na literatura os conceitos e discussões sobre a desinformação;
- b) Extrair e analisar os dados métricos disponíveis na plataforma de administrador da página 10informando, do Facebook;
- c) Verificar a dispersão e alcance do conteúdo publicado;
- d) Analisar as reações e comentários dos usuários para identificar sua percepção acerca do conteúdo publicado;

- e) Refletir acerca das questões sobre a desinformação, suas consequências e possíveis medidas contra ela.

O interesse em estudar o tema proposto nesta pesquisa pauta-se no frenético uso de redes sociais para se informar. Estas redes estão na palma da mão, nos dispositivos móveis que utilizamos, como o *smartphone*, *tablet*, *notebook*; tais mídias encorajam que os usuários façam publicações, ao mesmo tempo em que são “bombardeados” com informações compartilhadas pela rede de amigos que estão inseridos.

As publicações pessoais e o compartilhamento de informações movem as redes sociais, como o Facebook, com marca de 1 bilhão de usuários, *Twitter* com 136 milhões de usuários ativos; onde as publicações têm alcance em proporções globais.

Deste modo, as redes sociais facilitam a produção, circulação e comunicação da informação; indivíduos comuns dialogam entre si, redefinem e ressignificam a Internet a partir da discussão, exposição e compartilhamento de seus pontos de vista. Sites de redes sociais evidenciam o desejo humano de expressar o que pensam e de estabelecer laços de sociabilidade. (SILVA; BACALGINI, 2009, p. 5).

Essa participação ativa do usuário na Internet, nas redes sociais, veio com a evolução da Web 1.0 para 2.0 a partir do começo da década de 2000. A Web 2.0 veio para revolucionar a maneira de como nos comunicamos, dar aos usuários a possibilidade de participar e interagir. Segundo Primo (2007) a Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo.

As redes sociais têm sido usadas para consumo de notícias, pois cada vez mais os usuários passaram a se informar sobre o mundo através do compartilhamento de informações pelas redes sociais. Contudo, boatos e notícias falsas quando são compartilhados na Internet por meio de redes sociais podem ganhar grandes proporções, podendo até ser divulgado em grandes jornais como se fossem notícias verdadeiras.

Os boatos digitais ganharam o apelido de “*hoax*”, o dicionário de Cambridge (2015, **tradução nossa**) define como “um plano para enganar um

grande grupo de pessoas, uma enganação”.

São histórias falsas disseminadas na Internet, elas estão em formas de “correntes”, áudios, vídeos, reportagens, etc. e são compartilhadas indiscriminadamente por correio eletrônico, aplicativos multiplataforma de mensagens instantâneas como WhatsApp, Telegram e redes sociais.

Ao ler o *feed* de notícias¹ em redes sociais é normal que o usuário passe rapidamente pelas postagens curtindo e compartilhando, com tantas postagens novas chegando fica difícil dar atenção e ler detalhadamente tudo que é sugerido.

Ao mesmo tempo em que a Internet nos traz a democratização da comunicação também facilita a divulgação de notícias falsas e sem responsabilidade.

Este tipo de notícia pode ter consequências reais prejudicando pessoas, empresas e organizações, estando acobertados pelo “anonimato” proporcionado, de certa forma, por estas plataformas. Dificilmente quem começou um boato é responsabilizado pelo estrago provocado e não há reparos pelo dano causado a imagem.

Em casos extremos essas notícias podem causar reações violentas, como o caso de Fabiane Maria de Jesus, espancada até a morte por causa de boatos em rede social que afirmava que ela sequestrava crianças para utilizá-las em rituais de magia negra (D’AGOSTINO, 2017).

Em novembro de 2016 foi noticiado “Facebook e Google declaram guerra aos sites com notícias falsas: gigantes tomam medidas para impedir que páginas maliciosas se beneficiem de seu sistema de publicidade” (CANO, 2016). A matéria informava que as duas empresas estavam adotando medidas contra sites que compartilham notícias falsas, essa atitude foi implementada após o Facebook ter sido acusado de ter influenciado nas campanhas eleitorais americanas (2016), a partir de divulgações de notícias falsas.

¹ Entende-se por *feed* de notícias as histórias que aparecem no Facebook, são influenciadas por suas conexões e atividades (Facebook, 2017).

Como parte ao combate de informações falsas o Facebook começou a divulgar nos perfis de seus usuários um pequeno manual para identificar este tipo de informações. Seguindo este exemplo, grandes redes de televisão brasileira, como Globo, SBT e Record passaram a publicar matérias e quadros sobre notícias falsas e como identificá-las.

O *Youtuber* Felipe Castanhari, conhecido pelo seu Canal Nostalgia em abril de 2017 fez uma postagem sobre o assunto, utilizando de sua influência nas mídias para alertar aos seus usuários sobre o compartilhamento deste tipo de informações. O vídeo chegou a mais de 1 milhão de visualizações.

Contudo saber o que é informação ou desinformação, não é uma atividade trivial. Tanto os gestores dos canais de mídias sociais como pesquisadores vêm trabalhando este tema, tentando descrevê-lo e conceitua-lo. E como esse fenômeno pode afetar o uso dos canais e mídias sociais.

2 DESINFORMAÇÃO

Antes da Internet o conhecimento e a informação não estavam tão acessíveis, a rede passou a oferecer o conteúdo que antes era supostamente transmitido por meio de revistas, jornais, livros, rádio, TV, cinema, etc. O processo de busca de informação era filtrado por intermediários (BUDAK, AGRAWAL & ABBADI. 2011, p.1), ou seja, os meios de comunicação em massa tinham autonomia no que julgavam ser informação relevante e confiável, este modelo não era perfeito, muito menos livre de críticas. Porém, com os avanços tecnológicos que ocorreram um pouco antes de 2010 e a chegada das redes sociais digitais esse modelo onde poucos decidiam o que era informação para muitos, acabou.

A partir dos avanços que a Internet tem imposto à sociedade, a conectividade disponibilizada fornece acesso rápido e compartilhamento de informações de forma quase instantânea. Redes sociais como Twitter são considerados por muitos como fonte de notícias (BUDAK, AGRAWAL & ABBADI. 2011, p.1). A rapidez que a Internet possibilita agir faz com que as notícias sejam expostas nas redes sociais antes mesmo de serem televisionadas para grande massa.

A difusão maciça de informação em plataformas do *World Wide Web* (WWW) criaram caminhos diretos entre produtores e consumidores de conteúdos, ou seja, não há intermediação, mudando a forma como os usuários se informam, debatem e formam opiniões. Mesmo sendo considerado um avanço na forma de comunicar, Del Vicario; [et. al] (2016) alerta que o ambiente desintermediado pode gerar confusão sobre o acontecimento, e assim, encorajar especulação e desconfiança.

Entende-se por ambiente desintermediado aquele canal de comunicação sem um mediador, um moderado ou intermediador que filtre e trabalhe a informação antes que esta seja disseminada. A falta deste ator pode, para muitos, ser uma atualização nos canais de comunicação, pois libera os seus usuários de possíveis, ou até mesmo inevitáveis, manipulações nos processos de comunicação e disseminação da informação. Contudo essa liberdade tem

um preço, pois os usuários precisam desenvolver a habilidade de discernir o que é verdadeiro do que é falso, de escolher seus canais e suas fontes de informação por eles mesmos.

É necessário compreender que uma informação só se torna útil se gerar conhecimento e ação. No entanto, o entendimento de uma determinada informação é ligado diretamente com a capacidade do seu receptor de interpretá-la. O conhecimento gerado a partir de uma informação falsa pode induzir a uma ação errônea, mas também a falta de interpretação do interceptor também gerará desinformação.

Sabemos [...] que o conhecimento é formado a partir da informação. Entretanto, existe uma variável bastante sutil que, por muitas vezes, esquecemos e que dá ao conhecimento uma característica de fruto ou de produto de uma associação de informações, dentro de um determinado contexto considerado. [...] Uma pessoa pode ter acesso a inúmeras informações, mas se não souber colocá-las em um contexto, interpretá-la diante do mesmo e traduzi-las em uma realidade, não estará gerando conhecimento (CARVALHO; TAVARES, 2001, p.46).

Buckland (1991) discorre que no processo de informação relacionada com o conhecimento, a noção de informação pode ou não reduzir a incerteza. Fairthorne (1954) apud Buckland (pag. 352, 1991, **tradução nossa**) afirma que "... a informação é um atributo do conhecimento e interpretação do receptor do sinal, não do transmissor, nem de algum observador onisciente, nem do sinal em si".

Perceba que estamos trabalhando com conceitos de verdadeiro ou falso, e não sobre a utilidade da informação, pois como já abordado por diferentes autores Freire (1995), Silva (2007), Carvalho e Tavares (2001), a utilidade de uma informação está diretamente relacionada ao seu usuário receptor. A informação falsa pode ou não induzir à desinformação.

Durante a revisão de literatura para esta pesquisa foi percebido que no inglês *disinformation* e *misinformation* são termos tratados quase como sinônimos em diferentes textos, mas possuem definições diferentes. *Disinformation* tem por definição do dicionário Oxford (2017, **tradução nossa**) "informações falsas que se destinam a enganar, especialmente a

propaganda emitida por uma organização governamental para uma potência rival ou a mídia”. FALLIS (2014, **tradução nossa**) define *misinformation* como informação imprecisa, que pode enganar pessoas por negligência, erro honesto ou viés inconsciente.

Para entender melhor o termo “desinformação” foram consultadas outras fontes. O Dicionário de Cambridge que o define como informações falsas espalhadas para enganar pessoas. Em outra abordagem Philipp (2017) sugere que:

O objetivo da desinformação é fabricar percepções falsas, muitas vezes por meio da criação de incidentes encenados, e usar estas como base para o que parecem ser argumentos válidos. Em vez de ser publicado por fontes estatais, o objetivo é disseminar a desinformação via meios de comunicação credíveis em países-alvo. (PHILIPP, 2017, p. 1)

Para fins deste trabalho entende-se “desinformação” como: a informação falsa criada de forma deliberada para confundir ou dificultar a tomada de decisão por parte de seu receptor. Carvalho (2011, p.1) explica a origem da palavra:

A palavra “desinformação” cunhada pelo Estado-Maior Alemão na Primeira Grande Guerra, surgiu como termo técnico, designando operações complexas - quase uma ciência exata - com que um serviço de inteligência buscava orientar e determinar, à distância, as decisões estratégicas e táticas de um governo adversário, assim levado a trabalhar pela sua própria destruição. Depois passou a designar meras campanhas de propaganda, destinadas a iludir, não os centro decisórios, mas o pobre eleitorado.

Ainda segundo Carvalho (2001) existe dois tipos de desinformação: a primeira é a desinformação-propaganda que lida apenas com dados políticos ao alcance do povo, e a segunda, desinformação de alto nível que falseia informações especializadas e técnicas de relevância incomparavelmente maior.

A desinformação de alto nível é utilizada em estratégias de guerra, como atividade do governo ou militar, “informação deliberadamente enganosa anunciada publicamente ou vazado por um governo ou especialmente Agência de Inteligência” FALLIS (2009, p.3, **tradução nossa**).

A desinformação-propaganda vem para iludir e enganar a massa, ela pode ser veiculada tanto em grandes redes de televisão como em mídias

sociais, influenciando e confundindo.

O outro tipo de desinformação é antes uma obra de engenharia social. Não se dirige ao governo para moldar suas decisões, mas, ao contrário, vem do governo e de seus centros de poder associados e desce para a massa popular, depois que as decisões já estão tomadas e é preciso, para implementá-las, conquistar o apoio do eleitorado, mantê-lo na total ignorância do que os altos círculos estão fazendo ou ajustar sua conduta aos padrões exigidos pela nova política. (CARVALHO, 2013, p.3)

Momentos históricos mostraram e são referências deste tipo de manipulação de informações. No Brasil o processo de *Impeachment* em 2016, lados pró e contra o processo usaram as redes sociais para disseminar suas ideias e pontos de vista, incluindo uma série de informações incorretas disseminadas de forma deliberada para tentar alterar ou reforçar a opinião pública para um ou para outro lado. O mesmo ocorreu na França nas eleições em 2017.

O termo pós-verdade (*post-truth*) se encaixa bem no contexto atual, quando circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais (DICIONÁRIO OXFORD, 2016, **tradução nossa**).

Entendendo o conceito de desinformação e seus objetivos, sabendo que pode ser veiculado por meios de comunicação, que eventualmente são entendidas por muitos como fontes confiáveis, fica o questionamento se podemos nos proteger contra ela. Como já foi abordado no início deste texto, o Google e o Facebook estão trabalhando e veiculando informações sobre como identificar notícias falsas.

Com a veiculação da campanha contra notícias falsas, o Facebook (AMERICO, 2017) passou a informar no perfil de seus usuários 10 dicas para identificação, são elas:

1. **Manchetes:** Notícias falsas muitas vezes possuem manchetes atraentes e com pontos de exclamação.
2. **URL:** Verifique se a URL da notícia é realmente do site a que ela diz pertencer. Os sites falsos que imitam páginas verdadeiras fazem algumas alterações na URL que podem ser identificadas.
3. **Fonte:** Certifique-se de que a matéria foi escrita por uma fonte confiável ou com uma boa reputação.
4. **Imagens:** As notícias falsas contêm imagens ou vídeos que foram manipulados; às vezes, a foto pode ser autêntica, mas

estar fora do contexto.

5. **Formatação:** Sites falsos costumam apresentar erros ortográficos e layouts desajeitados.
6. **Datas:** O histórico das notícias falsas pode conter cronogramas que não fazem sentido ou datas de eventos que foram alteradas.
7. **Provas:** Verifique as fontes do autor do texto para confirmar se elas são precisas. A falta de evidências ou o uso de especialistas não identificados pode indicar que a história é falsa.
8. **Procure em outros lugares:** Procure a notícia em outros sites, pois, se nenhuma outra fonte está relatando a história, pode ser que ela seja falsa.
9. **Humor:** Às vezes, é difícil distinguir uma notícia falsa de uma sátira, por isso, é importante conferir se o site é voltado para o humor.
10. **Pensamento crítico:** Analise criticamente tudo o que você lê e compartilhe somente aquilo que confiar ser verdadeiro.

Ainda como parte do combate a notícias falsas, a empresa anunciou mudança no algoritmo do *feed* de notícias, o novo algoritmo prioriza conteúdos “autênticos” (UOL, 2017). O algoritmo do Facebook pode ser entendido como “[...] um recurso utilizado para, principalmente, determinar o que é posto em primeiro no seu *feed* da tela principal” (RIBEIRO, 2017, p.3).

O Google, por sua vez, removeu sites de informações falsas da sua rede de anúncio (MUNHOZ, 2017), como também vem fazendo alterações nos algoritmos para evitar que artigos ofensivos ou falsos tenham destaque e apareçam no topo das pesquisas (CALDAS, 2017).

Mais uma ação é a criação dos “*Fact Checks*”, em português “checagem de fatos”, são sites que checam a veracidade de notícias publicadas na mídia e nas redes sociais, como mostra nas figuras 1 e 2 abaixo (MUNHOZ, 2017).

Figura 1 - Site Snopes



Fonte: Snopes, 2017.

O Snopes se diferencia do PolitiFact pelo conteúdo, o primeiro aborda *hoax* em geral, postando vários temas como falsa morte de Eddie Murphy, monstro do Lago Ness etc. PolitiFact, como sugere o nome checa notícias voltadas para política.

Figura 2 - Site PolitiFact



Fonte: PolitiFact, 2017.

Mesmo após Mark Zuckerberg começar a responsabilizar o Facebook como parte do problema de propagação de desinformação, o governo alemão informou que está preparando medidas para responsabilizar a propagação de discurso de ódio no Facebook, Twitter e outras redes sociais, aplicando multas por *post* denunciados (PEREIRA, 2016).

Não compete apenas às empresas como Google e Facebook armarem-se contra *Trolls*² e *Hoax*, afinal, notícias falsas, mentiras e difamação espalhadas pela Internet acabam por ter consequências reais, elas podem prejudicar empresas, pessoas e até mesmo uma nação, que influenciada por notícias falsas acabam por ser manipuladas.

Além de se proteger contra desinformação, alertar a população sobre notícias falsas e como se prevenir delas é necessário que os responsáveis sejam punidos. Para elaboração deste trabalho foi realizada pesquisa entre 22/02/2017 a 17/05/2017 verificando medidas preventivas propostas por governos ou entidades para prevenir este tipo de problema. Foi constatado que a maioria dos países não apresentam leis ou outro tipo de medida para punição de *Hoax* e

² Na internet, o *troll* é aquele usuário que provoca e enfurece as outras pessoas envolvidas em uma discussão sobre determinado assunto, com comentários injustos e ignorantes. O objeto do *troll* é provocar a raiva e ira dos outros internautas.

desinformação. Países como Turquia e Venezuela apresentam leis que podem ser vista como censura. As iniciativas encontradas são listadas no quadro 1.

Quadro 1 - Regulamentação de crimes na Internet

Países	Leis	Descrição	Fonte
Turquia	Regulamentação de Publicações na Internet e combate a crimes cometidos por meio dessas publicações - Lei No. 6518 - 06 Fev., 2014 - Inclui alterações à Lei No. 5651	Turquia aprovou em 6 Fev. 2014 novas emendas à Lei No. 5651. A lei inclui que os provedores de Internet sejam consolidados a uma única associação; Os provedores também são obrigados a fornecer qualquer informação requerida pelo Governo Turco; Bloqueio de sites e contas que violem direito individual de privacidade, sem necessidade de mandado judicial.	ZELDIN (2014, tradução nossa)
Venezuela	Lei de Responsabilidad e Social da Rádio, Televisão e Mídia Eletrônica - Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electónicos	A lei expande para a Internet uma regulamentação anterior à meios de comunicação impressos e radiodifusão, proíbe conteúdo que promova agitação ou desafie autoridades existentes. De acordo com um relatório publicado on-line pelo legislativo, a nova lei garantirá a liberdade de expressão e a difusão de informações que "contribuam para a formação de uma consciência social" da população.	JOHNSON (2010, tradução nossa)
Estados Unidos	Securities Exchange act of 1934	Noticias sobre a falsa aquisição corporativa de uma empresa por outra, o que poderia abalar o mercado.	MILAGRE (2014)
China		Criar e espalhar boatos online pode caracterizar crime de tumulto com pena de um ano e seis meses.	MILAGRE (2014)
Alemanha		O governo segue com propostas que forcem companhias como o Facebook e motores de busca como o Google a oficializar medidas que impeçam o compartilhamento de artigos falsos, discursos de ódio e ofensivos.	REUTERS (2017)
Brasil	Projeto de Lei 6.812/2017	Constitui crime divulgação ou compartilhamento, por	Higa (2017)

		qualquer meio, na rede mundial de computadores, informação falsa ou prejudicialmente incompleta em detrimento de pessoa física ou jurídica. Prevê detenção de 2 a 8 meses e pagamento de multa.	
--	--	---	--

Fonte: Dados sistematizados pela autora a partir de ZELDIN (2014), JOHNSON (2010) MILAGRE (2014) REUTERS (2017) e HIGA (2017).

Turquia e Venezuela apresentam leis de regulamentação voltadas para crimes na Internet e ambos os países são conhecidos pelo seu governo autoritário, a Venezuela já havia sido criticada por limites à liberdade de expressão, mesmo antes da nova lei ter sido adotada (JOHNSON, 2010). Quanto a Turquia, as Nações Unidas para os Direitos Humanos expressou sua preocupação com as emendas que permitem o bloqueio de sites sem a necessidade de solicitar uma ordem judicial (ZELDIN, 2014).

Nos Estados Unidos o Exchange Act de 1934 é chamado de delito de “*stock manipulations*” traduzindo de forma direta manipulação de estoque, ou seja, falsas informações sobre preço de produtos/serviços e é classificado como crimes computacionais. Na China os meios de comunicação são punidos por reportagens falsas, nas redes sociais o compartilhamento de notícias falsas também é crime, sendo assim as populares redes sociais são monitoradas por equipe especializada para identificar as notícias e bloquear o compartilhamento, assim como punição dos responsáveis (MILAGRE, 2014).

No Brasil, existe projeto de lei para punir *hoax*s, mas enquanto não for aprovada é possível punir crimes cometidos na Internet, o Art. 138 da Lei 2.848/49 trata de calúnia; a Lei de Imprensa 5250/1967 já se estendeu a Internet; Lei 7.492 de 1986 define crimes contra o sistema financeiro nacional, que pune além de outros crimes a divulgação de falsas informações voltada para o setor financeiro (MILAGRE, 2014).

É certo que além de medidas que precisam ser tomadas contra o compartilhamento de desinformação e *Hoax*s é necessário que sejam criadas leis específicas para punir os responsáveis, afinal as mídias sociais estão se multiplicando e evoluindo, já fazem parte da rotina dos internautas.

3 REDES SOCIAIS

A origem das redes sociais não nasceu junto ao advento da Internet, o termo “redes sociais” já era amplamente utilizado na sociologia e no final do século XX, o termo passou a ser olhado como um novo paradigma das ciências sociais e significa interação social, troca social.

Sotero (2009, p.2) afirma que as redes sociais existem há muitos anos:

As redes sociais existem desde sempre na história humana, tendo em vista que os homens, por sua característica gregária, estabelecem relações entre si formando comunidades ou redes de relacionamento presenciais. Hoje, por meio da Internet, estamos transcrevendo nossas relações presenciais no mundo virtual de forma que aquilo que antes estava restrito a nossa memória agora está registrado e publicado (...).

Na sociedade as pessoas estão inseridas por meio das relações, essas ligações se desenvolvem durante ao longo de sua vida, sejam elas no âmbito familiar, na escola, na comunidade em que vivem ou no trabalho; são as relações que as pessoas desenvolvem e mantem, que fortalecem a esfera social. Essas conexões que o homem construiu o liga a outras pessoas e estrutura a sociedade em rede.

O advento da Internet trouxe diversas mudanças na sociedade, a atual tecnologia que está presente no dia a dia mudou a forma que as pessoas se relacionam, elas estão conectadas todos os dias na Internet, estão trocando informações e se comunicando em redes sociais.

Segundo Torres (2010, pag. 8):

[...] o consumidor se habitou a desenvolver relacionamentos e a se comunicar pela Internet com seus amigos, ele está constantemente trocando idéias através das redes sociais. Estas redes, como o Facebook, o Twitter e o LinkedIn, além de serem usadas para trocar informações entre amigos, elas servem para repercutir as experiências de consumo das pessoas.

As redes sociais são compostas por pessoas que se relacionam e se comunicam virtualmente, elas têm recebido muito foco por pesquisadores e empresários, sendo utilizado para comunicação interpessoal e colaboração

entre os usuários. Além do impacto tecnológico que causou na sociedade, influenciou culturalmente (BOYD, 2015).

Redes sócias são compostas por um grupo de pessoas, compreendidas através de uma metáfora de estrutura em rede. Para Recuero (2009) refere-se a uma metáfora para se analisar o comportamento de um grupo social por dinâmica das relações que a compõe, a abordagem de rede tem seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões.

Segundo Recuero (2009) apesar dos sites de redes sociais atuarem como suporte para as interações que constituem as redes sociais, eles não são por si, redes sociais. A autora explica que os sites podem auxiliar a perceber as redes sociais, mas que para se constituir em redes sociais é preciso ter atores sociais utilizando essas redes.

Boyd e Ellison (2007, **tradução nossa**) definem sites de redes sociais como serviços baseados na Web que permitem que os indivíduos construam um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, visualizam e cruzam a sua lista de contatos e outra conexão feita pelo sistema.

Além dessas modificações significativas causadas na vida moderna, as redes sociais funcionam como difusoras de informação em alta velocidade. Para Witter (2009) as redes promovem condições necessárias para as relações entre pessoas, grupos de profissionais, instituições, governo, que através do fluxo informacional, estabelece a troca de conhecimento, desenvolvendo intelectualmente seus membros.

Em síntese podemos dizer que redes sociais são ferramentas computacionais que relacionam atores em conexões de redes complexas, os conectando por interesses em comum e compartilhando informação dentro da rede a qual pertence.

O conteúdo gerado pelos usuários é definido como recursos em forma de texto, mídia ou metadados que são postados pelos usuários (KURIAN, 2016).

Pessoas e comunidades criam e compartilham informações, esta grande quantidade de conteúdo é produzida e difundida pelas redes sociais, por sua vez, essas publicações facilitam a interação e a comunicação entre seus usuários.

As redes sociais trabalham com dois tipos de instrumento, o primeiro é ferramenta de rede social e o segundo de percepção/consciência social. McMahon Et. Al (2012) explica que a ferramenta rede social permite que o usuário se conecte com outra pessoa e utilize essa conexão para criar uma rede, ela depende do elemento humano para interagir.

A ferramenta de percepção social permite ver e manipular dados sobre pessoas, como redes de co-autoria. Esse tipo de instrumento também depende do elemento humano, mas os dados sobre os usuários são tão importantes quanto. É normal que os usuários não saibam que estão usando esta ferramenta, ela está presente em sugestão de amigos, eventos, comunidades entre outros que as redes sociais oferecem aos seus usuários (MCMAHON, Et. al., 2012, tradução nossa).

No Facebook as interações entre usuários estão por toda parte, seja por Publicações, Bate-papo, Páginas, Eventos, Grupos e Cutucadas. As **publicações** no Facebook servem para compartilhar informações, pensamentos, histórias, fotos, etc. Estas publicações aparecem no *feed* de notícias dos seus amigos e é possível reagir a elas. Entre as reações apresentadas na figura 3, estão as opções de curtir, agradecer (especial para dia das mães), haha (risos), Uau (surpresa), Grr (raiva/desaprovação).

Figura 3 - Reações Facebook.



Fonte: Facebook, 2017.

O **Bate-papo** do Facebook funciona como comunicador instantâneo de mensagens, este serviço já é conhecido há muito tempo pelos internautas. As Fanpages são páginas criadas para repassar informações sobre determinados assuntos, pode ser criada para compartilhar informações sobre personagens famosos, livros, séries de televisão, Web celebridades, saúde, comunidade, prefeituras, etc. Para o usuário receber esse tipo de informação ele precisa seguir a fanpage, assim receberá as publicações sobre seu interesse.

A criação de **eventos** serve para mobilização, como convite para uma festa de aniversário, onde é preciso convidar os usuários que você deseja que participem e quando a data do evento estiver próxima o Facebook lembrará ao usuário sobre o compromisso.

Os **grupos** do Facebook podem ser privados ou abertos, servem para reunir pessoas para debater assuntos ou simplesmente interagir entre o grupo. As **Cutucadas** servem para interagir com os amigos, elas não mandam mensagem, o usuário apenas recebe uma notificação que algum amigo o cutucou. Esta opção também é muito utilizada com o intuito de mostrar interesse afetivo.

O Facebook desde 2008 é a rede social mais utilizada no mundo (G1, 2014) e em 2017 atingiu a marca 1,94 bilhão de usuários. Além do Facebook outras redes sociais estão sendo muito utilizadas, segundo a pesquisa *Digital In* (2016) da *We are social*, as redes sociais mais utilizadas no Brasil são: Facebook, Whatsapp, Messenger, Youtube, Instagram, Google+, Skype, Twitter, LinkedIn, Snapchat e Pinterest (RIBEIRO, 2017).

Porém, além destas, outras redes sociais estão sendo utilizadas no Brasil, elas possuem diferentes funções das redes já mencionadas. O site **einerd** (2017) aponta uma lista diferenciada de redes sociais brasileiras.

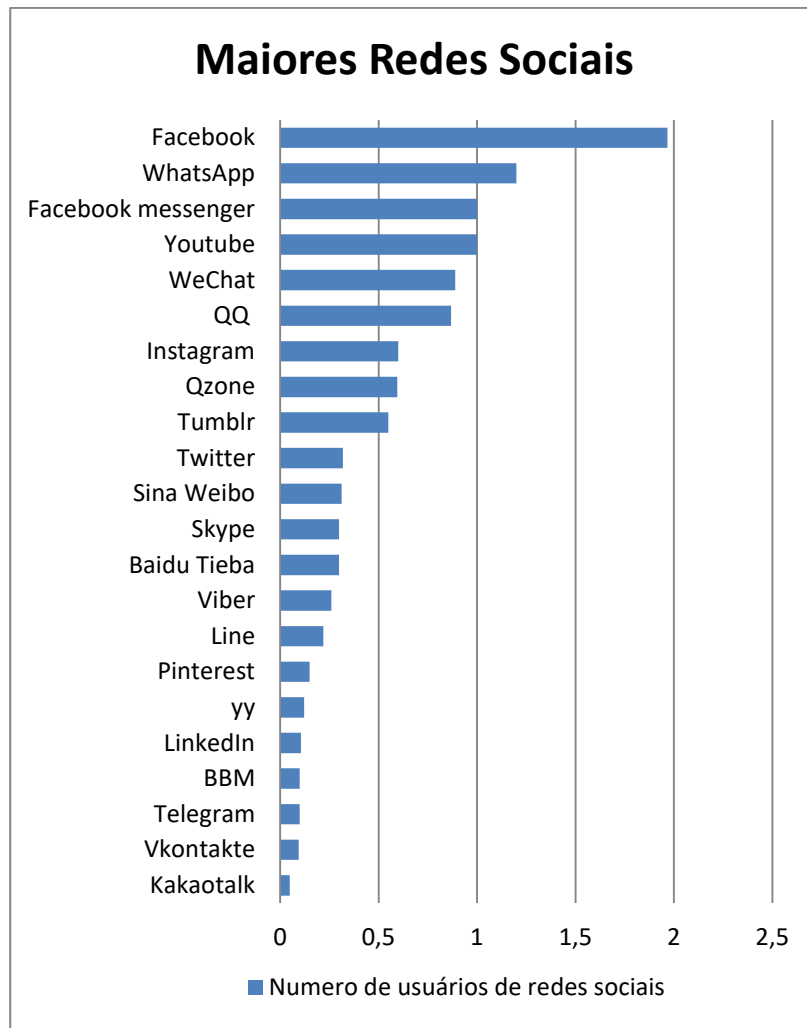
- a) **elaele:** É uma rede social para ajudar as pessoas a descobrirem como o sexo oposto pensa, sobre temas como: paquera, namoro, relacionamento, sexo, estilo, comportamento, encontros e muito mais (ELAELE, 2017).
- b) **Skoob:** A maior rede social para leitores do Brasil. Funciona como uma estante virtual, onde você pode não só colocar os livros que já leu, como aqueles que ainda deseja ler. Tudo de

forma organizada para que você não se perca durante as leituras. E você ainda tem a vantagem de poder compartilhar suas opiniões com seus amigos, fazer trocas de livros, participar de sorteios, ganhar cortesias e muito mais (SKOOB, 2017).

- c) **Alvanista:** Plataforma de conteúdo que possibilita o compartilhamento de experiência com video games na Web. O usuário pode compartilhar conteúdo, organizar sua coleção de jogos, fazer *check-in* nos jogos que está jogando, seguir perfis que sejam do seu interesse e competir por troféus com seus amigos e toda comunidade à partir das suas contas de PSN, Live, Steam e World of Warcraft (ALVANISTA, 2014).
- d) **Passei direto:** É uma rede acadêmica colaborativa cujo objetivo é conectar alunos e seus conhecimentos para tornar o processo de aprendizado mais fácil. A rede propõe uma nova forma de estudar, mais dinâmica e interativa (PASSEI DIRETO, 2017)
- e) **Colab.re:** Rede colaborativa e de cunho social, a ideia é de fiscalizar irregularidades nos municípios e propor ações de melhorias. A rede está associada com algumas prefeituras que estão dispostas a resolver o problema (COLAB.RE, 2015).

O portal de estudos e estatística, Statista (2017) aponta ranking das diferentes redes sociais disponíveis no mundo com maior número de usuários até o mês de abril de 2017, como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 1 - Maiores redes sociais do mundo.



Fonte: Statista, 2017.

Dentro das redes sociais mencionadas no gráfico é possível perceber que muitas delas não estão relacionadas na lista das utilizadas no Brasil e algumas dessas redes apesar de ter número elevado de usuários, estão muito ligadas ao seu país de origem. É o caso das redes sociais chinesas WeChat, QQ Messenger, Qzone, SinaWeibo, Baidu Tieba.

- a. **WeChat:** Aplicativo gratuito de multiplataformas (Android, Windows Phone, Mac, IOS, Backberry e Symbian), para troca de mensagens de textos, voz, imagens e vídeos. Com 889 milhões de usuários é um app gratuito integrado ao Facebook. O WeChat também é uma rede social, com serviço de localização, é possível localizar amigos que estão perto de você. O forte do aplicativo são as chamadas em vídeo com qualidade HD.

- b. **QQ Messenger:** Aplicativo gratuito de multiplataformas, (iPhone, iPod Touch e iPad, o tablet da Apple) e também uma rede social. Com mais de 868 milhões de usuários é o cliente de mensagens instantâneas mais popular da China. Não muito diferente dos app de mensagens, o QQ não é muito diferente dos outros clientes de mensagens, além das tradicionais ferramentas o QQ oferece recursos não tão comuns, como: alta personalização, acesso remoto ao computador de um amigo, alta qualidade em vídeos, entre outros. O problema do QQ é que para o ocidente o aplicativo chegou não completamente traduzido, por isso vários recursos ainda estão em chinês (Softonic, 2012).
- c. **Qzone:** Rede social chinesa, criada em 2005, semelhante ao Facebook, dentro das ferramentas disponíveis estão escrever blogs, criar diários, enviar fotos, ouvir músicas e compartilhá-las com os amigos. O diferencial do Qzone é a personalização da página, diferente do Facebook, a página de cada usuário pode ser completamente diferente de outro. O Qzone já alcança a marca de 595 milhões de usuários (Techtudo, 2014).
- d. **Sina Weibo:** Polêmica Rede Social chinesa semelhante ao Twitter, com 313 milhões de usuário é uma das redes sociais mais populares da China. O Sina Weibo utiliza censura de postagens de usuários obrigatório pelo governo (MULLER, 2013).
- e. **Baidu Tieba:** Plataforma de comunicação chinesa com mais de 313 milhões de usuários. Funciona como fórum, quando um usuário pesquisa sobre algum assunto ele é direcionado para uma página apenas sobre o tema. Quando uma palavra-chave para busca é utilizada pela primeira vez, uma nova página será criado para esse assunto. O Baidu também permite que os usuários se comuniquem mesmo sem ter feito *login* (Wikipédia, 2017).

O mercado de mídias lida com mudanças constantes e como elas são grandes aliadas do *marketing* é necessário se atualizar com informações para importantes tomadas de decisão sobre todos os aspectos da mediação, monitoramento e planejamento de mídia (KANTAR IBOPE MEDIA, 2017).

A empresa Kantar IBOPE Media (2016) publicou uma pesquisa sobre

tendências de mídias para 2017 e afirma que esse ano mudará a nova realidade de mídias digitais.

Um grande apontamento que a pesquisa faz é sobre a tendência crescente das redes saírem do rótulo “social”, criando tendência, o Pinterest passou a se denominar como catálogo de ideias, o Twitter mudou a denominação do seu app de redes sociais para notícias na Apple Store. “Trata-se da evolução da função das mídias sociais, que passam de uma distração divertida para um comportamento vital do nosso cotidiano... como respirar” (KANTAR IBOPE MEDIA, 2016, p.8).

A Realidade Virtual (VR) é outra grande aposta, segundo a pesquisa da Kantar IBOPE Media (2016), todas as empresas da GAFA (Google, Apple, Facebook e Amazon) estão investindo nesta tecnologia.

Os Chatbots de atendimento, que são robôs desenvolvidos a partir de *software* de comunicação automatizada, vem sendo usado por empresas como tendência de reprodução da comunicação automatizada, eles são usados como app como Uber, ou para obter passagens aéreas por app, etc. “Convenientes, rápidos e acessíveis em smartphones, os bots podem revolucionar as vendas on-line e fazer surgir o “*e-commerce conversacional*” – um atendimento “*Social AI*” completamente novo” (KANTAR IBOPE MEDIA, 2016, p.12).

Outro exemplo de evolução são as redes de perguntas e respostas, a China vem utilizando app para interações com celebridades, o fã mediante pagamento, manda uma pergunta a uma celebridade que o responde através de mensagem de texto ou vídeo.

Redes sociais como ferramenta de comunicação entre funcionários, o Facebook lançou o Workplace, para competir com intranets e correio eletrônico. A ideia é que funcionários estejam conectados com clientes e que conecte funcionários com parceiros. “Ele incorpora Facebook Live, Skype, mensagens instantâneas e recursos do Facebook, como grupos, feeds e perfis. Este pacote *all-in-one* apresenta o Facebook como uma oportunidade significativa para novos investimentos” (KANTAR IBOPE MEDIA, 2016, p.29). Percebe-se que estas plataformas ainda têm muito a evoluir, e conforme estas evoluções forem se consolidando elas iram alterando a forma de interação dos usuários com a informação e dos profissionais que atuam com a mediação da informação.

4 PROFISSIONAL BIBLIOTECÁRIO

Trabalhar com a informação é o universo do bibliotecário, profissional que vem se adaptando às novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), avanços que mudaram a rotina e o trabalho a partir do momento que grande parte da informação circula pela Web e não mais pelos corredores da biblioteca.

As novas tecnologias mudaram de forma drástica as práticas profissionais em todas as áreas do conhecimento, fazendo que seja necessário se adequar as mudanças contínuas e conseqüentemente trazendo insegurança aos profissionais. Para Cunha (2006, pag. 2) “este processo de mutação profissional é inerente ao novo modelo econômico que introduz novas formas de gestão do trabalho e de socialização, valorizando as atividades em equipe, a interdisciplinaridade, e a aprendizagem contínua”.

O trabalho do bibliotecário vem mudando com o tempo, a automatização das ferramentas e uso de base de dados facilitaram o trabalho manual e aumentou as competências do profissional. A Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) insere dentro de profissionais da informação o bibliotecário, o documentalista e o pesquisador de informações em rede.

Descrição sumária: Disponibilizam informação em qualquer suporte; gerenciam unidades como bibliotecas, centros de documentação, centros de informação e correlatos, além de redes e sistemas de informação. tratam tecnicamente e desenvolvem recursos informacionais; disseminam informação com o objetivo de facilitar o acesso e geração do conhecimento; desenvolvem estudos e pesquisas; realizam difusão cultural; desenvolvem ações educativas. podem prestar serviços de assessoria e consultoria. (mtecbo.gov.br, 2017)

Atualmente o bibliotecário pode atuar em diversas áreas, a Universidade Federal do Espírito Santo – UFES (2013) descreve algumas destas áreas de atuação do profissional.

Quadro 2 - Atuação do bibliotecário

Documentação e informação	Bibliotecas: públicas, comunitárias, ambulantes, especiais, hospitalares, escolares, infantis, acadêmicas, especializadas e particulares. Centros de Documentação; Centros de Análise de Informação; Centros de Análise de Informação; Centros de Comutação Bibliográfica; Arquivos; Editoras e Publicadoras; Livrarias; Centros de Restauração de Documentos e de Obras de Arte; Residências Particulares (cadastramento de bens); Empresas (controle do fluxo da informação e documentação).
Comunicação e informação	Empresa de Comunicação (da produção à divulgação da informação), Jornais e Revistas; Empresas Cinematográficas e de Publicidade; Videotecas (preparação, organização e distribuição de videotextos e videocassetes); Biblioterapia; Serviços de Informação em aeroportos, rodoviárias, instalações ferroviárias e de metrô; tradução; Organização de Congressos; Seminários e Simpósios.
Cultura e lazer	Galerias de Arte; Museus de Arte; de Ciências; Históricos (em colaboração com o profissional da área); Centros de Cultura; de lazer (informação, estímulo à criatividade, promoções culturais, leitura como lazer, sinalização do espaço, pesquisas...); Agências de Turismo (informações turísticas locais, nacionais e internacionais, pesquisa de mercado...)
Educação	Ensino de Biblioteconomia (2º e 3º graus e Pós-Graduação); Treinamentos de Usuários.
Pesquisa	Centros de Pesquisa; Apoio a Pesquisadores (pesquisa bibliográfica, localização e aquisição de fontes ou dados, normalização); Pesquisa Aplicada à Biblioteconomia.
Tecnologia da informação	Informática; Centros de Computação; Teleprocessamento; Bancos e Bases de Dados; Microfilmagem; Digitalização; Internet.
Planejamento da informação	Serviços como Autônomo; Consultor e/ou Assessor Especializado.
Política e informação	Assessoria a Políticos; Associações de classe; Conselhos Regionais de Biblioteconomia e Sindicatos.

Fonte: UFES (2013).

A UFES (2013, pag. 1) ainda define o profissional bibliotecário como competente e especializado para trabalhar com informação e pesquisa,

O Bibliotecário é um profissional que, cada vez mais, tem sido reconhecido como Agente da Informação. Cabe a ele desempenhar a função de gestor da informação, usando as tecnologias de informação e comunicação disponíveis. A profissão de Bibliotecário está enquadrada como profissão liberal (Ministério do Trabalho) e é reconhecida por lei desde 1962. Como profissional de nível superior que deve atuar no mercado de trabalho com uma visão ampliada e

objetiva da sociedade e dele esperam-se atitudes criativas, inovadoras, proativas e éticas.

Diante do extenso leque de áreas de atuação é necessário que o bibliotecário interaja com as mais diversas áreas do conhecimento, se capacitando para atender a demanda do mercado. De acordo com Santos (2000, pag. 113) apud Pinheiro et al. (2012, pag. 6) o profissional da informação deve ter como perfil:

- a) ser um especialista na área de conhecimento que atua;
- b) ser um profundo conhecedor dos recursos informacionais disponíveis;
- c) ser um gerente efetivo;
- d) ter domínio das técnicas do tratamento da documentação;
- e) ser um líder para enfrentar as mudanças e suas consequências.

Com o aumento do mercado informacional nos últimos anos, veio junto o crescimento da demanda e opções de ambientes de trabalho do profissional da informação. Para Pinheiro (2012) o profissional da informação adquiriu, com o tempo, característica de gestor da informação, sendo responsável por tomadas de decisões, estando em permanente atualização, tendo conhecimento do setor em que vai trabalhar e espírito de liderança.

Podemos considerar a Gestão da Informação como conjunto de estratégias que visa identificar as necessidades informacionais, mapear os fluxos formais de informação nos diferentes âmbitos da organização, assim como sua coleta, filtragem, análise, organização, armazenagem e disseminação, objetivando apoiar o desenvolvimento das atividades cotidianas e a tomada de decisão no ambiente corporativo (VALENTIM, 2004). Silva e Silva (2012, pag. 3) afirmam que “a gestão da informação e do conhecimento é vista como uma das principais ferramentas para organizações que procuram crescer e ganhar mercado”.

No âmbito organizacional é necessário que as informações circulem para o usuário certo, e o bibliotecário como profissional da informação deve adquirir as competências cabíveis para atuar como um *gatekeeper*.

Gatekeeper faz parte da teoria da comunicação de massa inicialmente utilizada apenas pelo jornalismo, pode ser traduzido como “guardião do portal” e se refere à decisão do que publicar ou não no jornalismo (Silva, 2010). Porém a função de *gatekeeper* é amplamente utilizada nas organizações com caráter

multidisciplinar e nesse contexto tem o papel de intermediador da informação (ALBERNAZ, 2011).

O profissional da informação diante de todas as atuações cabíveis a ele, pode atuar em grandes empresas como *gatekeeper*, trabalhando como fontes de informação, estando aptos a transmitir informação aos colegas de forma acessível.

A adesão dos profissionais da informação às TICs, fez com que surjam novos segmentos, como o ramo da consultoria informacional, campo ainda pouco explorado.

A consultoria diz respeito ao conjunto de ações que visam auxiliar a realização de um feito. Compreende a intervenção de alguém (do consultor), munido de habilidades, competências e instrumentos técnicos, tendo em vista, contribuir para que uma dada atividade alcance os resultados a que se propõe. Mesmo tendo sua gênese na Administração e direcionando-se com mais ardor ao âmbito empresarial, a consultoria passou a ser adotada por outras ciências, estendendo-se a outros ambientes. (SANTA ANNA e PEREIRA, 2014, pag. 166)

Para Silva (2005), novos segmentos profissionais se mostram válidos, sobremaneira, aos profissionais inovadores que desejam ter seu próprio negócio. Santa Anna e Pereira (2014) ainda afirmam que o ramo da consultoria proporciona flexibilidade, liberdade e estabilidade profissional, uma vez que se torna autônomo, prestador de serviços.

Cândido, Vianna, Bedin (2016, pag. 4) apontam a área de inteligência de mercado e discorre sobre ela.

[...] a área de inteligência de mercado que é quase uma arte coletiva e o envolvimento de diversos profissionais, com seus pontos de vista, sendo a ferramenta principal o pensamento humano. Esses profissionais, sem formação definida, têm sido denominados “*data scientist*” e o formato organizacional é construído sem tantas estruturas fixas e a partir de times, de forma colaborativa, tratando-se de uma nova dinâmica do mundo do trabalho.

O desafio do desenvolvimento do profissional da informação para alcançar novos campos de atuação é que a capacitação para atuar nesse mercado esteja além da graduação. É necessário que o profissional da informação saiba como manusear bem as fontes de informação, mídias sociais, bases de dados e apreço pela tecnologia.

5 PERCURSO METODOLÓGICO

A ciência tem como objetivo primordial checar a veracidade dos fatos e o conhecimento científico tem como característica fundamental a verificação dos fatos.

Para que o conhecimento seja considerado científico é necessário que se possa identificar as operações e técnicas que possibilitam sua verificação (GIL, 2012).

O método científico examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, o com o objetivo de resolver os problemas e questionamentos da investigação. (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Esta pesquisa tem o objetivo de verificar se os usuários do Facebook estão aptos a perceber o que é desinformação. Para coleta de dados foi criada uma página no Facebook para disseminar notícias falsas, onde o usuário, mediante interação com a publicação teria ou não percepção sobre a veracidade da notícia lida, ao todo 12 notícias falsas foram publicadas durante o período de 1 mês, com intervalo de 2 a 3 dias entre cada publicação.

O trabalho apresentado caracteriza-se como pesquisa mista, de cunho quanti-qualitativa, descritiva, método científico experimental, com coleta de dados automatizada, estudo de caso e análise do discurso.

A pesquisa é caracterizada com abordagem mista, de natureza quanti-qualitativa. Silva e Menezes (2005) descreve pesquisa quantitativa como sendo aquela em que “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classifica-las e analisa-las”. Já a pesquisa qualitativa é descrita como “A interpretação dos fenômenos e a atribuição dos significados são básicas no processo e [...] os dados são analisados indutivamente” (SILVA, 2005).

Logo, a pesquisa necessita do aspecto quantitativo para que seja capaz de mensurar estatisticamente os dados coletados pela página do Facebook e expô-los em forma de gráficos e tabelas, facilitando a obtenção da análise dos dados e posteriormente inferir uma conclusão sobre os mesmos. Para análise estatística foi utilizado cálculo de média e análise de correlação.

Em estatística média é definido como valor significativo de uma lista de

números e é considerada uma medida de tendência central, surge do resultado da divisão do somatório dos números dados pela quantidade de números somados (NOÉ, 2017), este cálculo pode ser obtido pelo Excel utilizando a função de média.

A análise de correlação é utilizada quando é preciso avaliar o grau de relacionamento entre duas ou mais variáveis, é possível descobrir o quanto uma variável interfere no resultado de outra, para estes cálculos foi utilizado o Excel que oferece a função de correlação.

A abordagem qualitativa é necessária para que os gráficos e tabelas criados quantitativamente sejam explicados com o auxílio da análise de discurso, e que esta interpretação facilite o entendimento dos resultados detectados.

A pesquisa torna-se descritiva porque pretende coletar informações de maneira independente (SAMPIERE, COLLADO & LUCIO, 2006), desta forma proveniente das publicações será feito levantamento de dados através de interações, em cada publicação foi questionado: **essa informação foi útil?** Através das interações disponibilizadas pelo Facebook o usuário responde. Silva e Menezes (2005) define esse tipo de pesquisa como aquela que descreve as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis; envolve técnicas de padronizadas de coleta de dados. Para Gil (2012) o objetivo da pesquisa descritiva é a descrição de características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações sob variáveis.

Figura 4 - Detalhe de publicação

Detalhes da publicação

As estatísticas e informações podem estar desatualizadas em relação ao que aparece nas publicações.

10Informando
16 de abril

Game of Thrones – Sétima temporada é adiada para abril de 2018 - Após onda de Spoilers sobre sétima temporada o diretor Mark Mylod afirma que pretende regravar episódios e adiar sétima temporada para 2018. Diretor de dois episódios da sétima temporada de Game Of Thrones, Mark Mylod, afirma que após vazamento de cenas de Khaleesi e seu dragão deve refinar episódios em junho desse ano. As imagens divulgadas das gravações de Game of Thrones vem surgido desde 2016, quando começaram as gravações da nova temporada. Você pode assistir spoilers das gravações no site abaixo: <http://www.ligadoemserie.com.br/...game-of-thrones-vaza-gr.../>

Essa informação foi útil?
 Sim. Não.

3.720 Pessoas alcançadas

148 Reações, comentários e compartilhamentos

76 Curtir	56 Na publicação	20 Em compartilhamentos
3 Amei	3 Na publicação	0 Em compartilhamentos
3 Haha	2 Na publicação	1 Em compartilhamentos
2 Uau	2 Na publicação	0 Em compartilhamentos
4 Triste	1 Na publicação	3 Em compartilhamentos
13 Gir	10 Na publicação	3 Em compartilhamentos
34 Comentários	14 Em uma publicação	20 Em compartilhamentos
13 Compartilhamentos	12 De uma publicação	1 Em compartilhamentos

421 Cliques em publicações

110 Visualizações da foto	29 Cliques no link	282 Outros cliques #
---------------------------	--------------------	----------------------

FEEDBACK NEGATIVO

0 Ocultar publicação	0 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página

Fonte: Facebook, 2017.

O método experimental é definido por Gil (2012, pag. 16) como “[...] consiste essencialmente em submeter os objetos de estudo à influência de certas variáveis, em condições controladas e conhecidas pelo investigador, para observar os resultados que a variável produz no objeto”. Esse método foi usado na medida em que a criação das publicações intencionalmente continham informações falsas e eram compartilhadas por pessoas que curtiram a página. Entre as publicações haviam notícias completamente forjadas e notícias reais reproduzidas com falsas informações.

A coleta de dados tem o intuito de informar como foi selecionada e como foram extraídos os elementos da amostra (PRODANOV & FREITAS, 2013). A coleta de dados automatizada pode ser utilizada a partir de *softwares* e é amplamente utilizada em empresas devido a seus diversos benefícios.

As redes sociais e outros *app* teem oferecido esse tipo de extração de dados, para este trabalho foi extraído o envolvimento das publicações armazenadas em uma planilha no Excel, para construção de gráficos. O Facebook armazena dados das notícias como alcance, cliques em publicações, reações, comentários e compartilhamentos, sexo, faixa etária e local.

O delineamento da pesquisa é dado através do estudo de caso, Yin (2001, pag. 32), conceitua como estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos. Sendo assim este trabalho se dá como estudo de caso por causa do fenômeno das notícias falsas que estão

sendo viralizadas por redes sociais.

Por fim, vem a análise de discurso que foi utilizado para investigar os comentários que foram deixados em cada notícia, os comentários foram transcritos, analisados e separados em categorias, assim permitindo ter melhores resultados para o trabalho. A análise de discurso consiste em analisar a estrutura de um texto e, a partir disto, criar uma concepção sobre as ideologias presentes no mesmo. Gregolin (1995, pag. 17) afirma que “através da análise do discurso é possível realizar uma análise interna (o que este texto diz?, como ele diz?) e uma análise externa (por que este texto diz o que ele diz?)”.

5.1 DESENVOLVIMENTO DA PÁGINA 10INFORMANDO

Para início da pesquisa foi necessário criar uma página no Facebook, criada a partir do perfil da pesquisadora, que recebeu o nome **10informando**, a página foi criada dia 17 de março de 2017, junto com o termo de consentimento livre e esclarecido. Para que as notícias fossem compartilhadas era preciso que a página 10informando tivesse usuários que curtissem a página, para isso foi feito um *post* no grupo UFPB pedindo apoio aos usuários da instituição para curtir a página que fazia parte de um trabalho de conclusão de curso.

O *post* fez com a página 10informando tivesse de início alcance de 36 pessoas, 34 seguidores e 34 curtidas, para o termo de consentimento livre e esclarecido, figura 5.

Figura 5 - Termo de consentimento livre e esclarecido

Detalhes da publicação As estatísticas informadas podem estar defasadas em relação ao que aparece nas publicações

10informando
17 de março · 🌐

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa sobre desinformação em mídias sociais. Ao curtir a página e esta publicação você estará consentindo participar da pesquisa, sendo assim passará a receber postagens. Esta pesquisa será utilizada para meu Trabalho de Conclusão de Curso, de Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal da Paraíba.

Solicitamos a sua colaboração no sentido de compartilhar as postagens, que objetiva verificar a dispersão e o alcance do conteúdo publicado.

Agradeço a participação!

36 pessoas alcançadas Impulsionar publicação

👍 33

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

36 Pessoas alcançadas

34 Curtidas, comentários e compartilhamentos

34 Curtidas	33 Em uma publicação	1 Em compartilhamentos
0 Comentários	0 Em uma publicação	0 Em compartilhamentos
0 Compartilhamentos	0 De uma publicação	0 Em compartilhamentos

0 Cliques em publicações

0 Visualizações da foto	0 Cliques no link	0 Outros cliques 🗨
-----------------------------------	-----------------------------	------------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

0 Ocultar publicação	0 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página

Fonte: Facebook/10informando?, 2017.

Apesar de a página ter sido criada em março, a primeira notícia para início da pesquisa só foi lançada em 3 de abril, 17 dias depois da criação. Durante os 17 dias antes do lançamento da primeira notícia foram feitos os pré-testes para definir como se daria a postagem das notícias e a utilização do questionário

Para a publicação de notícias, foi criado um *blog* pela plataforma Google, o Blogger foi utilizado para armazenar as notícias falsas e compartilhado na página 10informando.

Figura 6 - Blogger 10informando

The image shows a screenshot of a Blogger website titled "10INFORMANDO". The main content area displays a post from "domingo, 19 de março de 2017" with the headline "Autora J. K. Rowling é diagnosticada com doença de Parkinson aos 51 anos e desabafa: 'A sensação é que você vai definhar'". Below the headline, it says "Autora diz que começou a manifestar sintomas da doença aos 48." and includes a photograph of J.K. Rowling. The right sidebar features a "Quem sou eu" section with a profile picture and the name "candice brasileiro", and an "Arquivo do blog" section listing posts from March 2017, including "Orgulho e Preconceito será Novela das 9 na Globo" and "Autora J. K. Rowling é diagnosticada com doença de...".

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A primeira publicação teste na página do 10informando ocorreu no dia 19 de março, a publicação noticiava a descoberta da doença de Parkinson na

autora J. K. Rowling. O alcance foi de 1 273 pessoas, teve 75 interações dentre elas 47 reações (curtir, haha, uau e triste), 11 comentários, 17 compartilhamentos. A notícia teve em um total 119 cliques na publicação com apenas 56 cliques no *link* para o *blog*.

Figura 7 - Publicação teste J. K. Rowling



Fonte: Facebook, 2017.

Ao pensar em se trabalhar com publicações de notícias no Facebook, foi planejado medir utilidade da informação através de um questionário simples, “essa informação foi útil?” Resposta sim ou não.

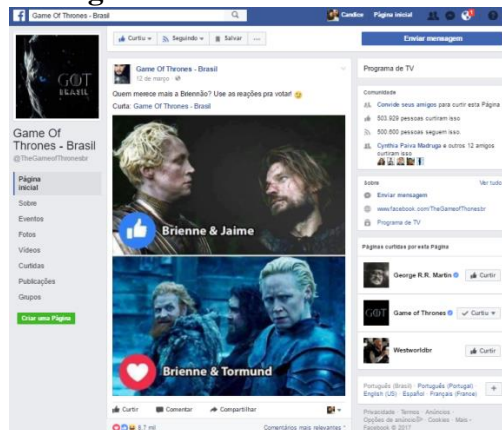
Durante o processo de escolha do questionário foram feitas diversas tentativas de usar um suporte que não fosse preciso redirecionar o usuário para fora do Facebook, porém, nenhum dos sites testados seguia o formato desejado, todos pediam o redirecionamento do usuário, o que faria com que as pessoas desistissem de responder o questionário. Nas tentativas foram usados:

- a) **Enquete:** aplicativo do próprio Facebook que promete enquete grátis, não foi utilizado porque além de redirecionar o usuário ele não faz publicações em grupos, apenas em página pessoal e há um número limitado de respostas para a enquete, ao passar de determinado número torna-se pago.
- b) **Google forms:** ferramenta integrada do Google Docs que aplica formulários online de forma gratuita, porém pede para redirecionar para página.

- c) **SurveyMonkey:** apresenta recurso para questionário de forma gratuita, porém durante a criação apresentou problemas quanto às opções de perguntas e respostas do questionário.
- d) **Survio:** ferramenta de pesquisa online que segue um padrão simples de criação, mas também pede redirecionamento se for postado no Facebook.

Como resolução do problema do questionário, foi identificado que páginas do Facebook utilizavam o modelo da figura 8 para criar enquetes e assim poder interagir com os seguidores. O modelo da figura 8 foi retirado de uma fanpage brasileira de uma série produzida pelo canal HBO.

Figura 8 - Game Of Thrones - Brasil



Fonte: Facebook, 2017.

O modelo de enquete foi adaptado para incorporar as notícias do 10informando, conforme figura 9, a enquete questionava se a informação havia sido útil e para resposta o **Amei** foi utilizado como sim e o **Grr** como não.

Figura 9 - Modelo de enquete



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Após a 7ª publicação das 12 notícias a enquete foi modificada de **Amei** para **Curtir**, em vista que os usuários do Facebook apesar de reagir à notícia positivamente a publicação preferiam usar o Curtir ao Amei.

Para maior amostragem de público foi utilizada o **impulsionar publicações**, serviço pago oferecido pelo Facebook para aumentar o alcance de visualizações, esta ferramenta só pode ser utilizada por páginas, as publicações de perfis pessoais não podem ser impulsionadas.

Notari (2016, p.2) explana as vantagens em utilizar esta ferramenta.

A primeira grande vantagem em impulsionar uma publicação é a garantia de que ela aparecerá no *feed* dos seus seguidores. É possível, inclusive, fixá-la, colocando-a no canto superior do *feed*. Esta localização é estratégica, já que é o primeiro local para onde dirigimos o olhar quando acessamos o Facebook.

Outra vantagem da publicação patrocinada é a possibilidade de segmentar quem poderá visualizá-la. Você pode escolher se o post será visto por todos os que curtiram sua página e também os amigos desses seguidores, ou selecionar quem verá o anúncio. Essa opção permite que você direcione campanhas para clientes, faça enquetes com os membros mais engajados ou envie promoções somente para aqueles que nunca curtiram, compartilharam ou comentaram um post seu.

Segundo Facebook (2017 a) as publicações impulsionadas das páginas são analisadas, geralmente essas análises levam 60 minutos para ocorrer. É possível escolher o público e o orçamento baseado em quantas pessoas se pretende alcançar, nesta pesquisa 7 publicações foram impulsionadas, utilizando o orçamento máximo de R\$ 3 para cada publicação, com

concentração no público de 18 a 65 anos da Paraíba. Foi investido um total de R\$ 21 reais com esta ferramenta.

O alcance da publicação em páginas pode ser de dois tipos, o alcance orgânico, o pago e o alcance total, Facebook (2017b, pag. 1) explica a diferença entre eles.

O alcance orgânico é o número total de pessoas que viram suas publicações por meio de uma distribuição não paga.

O alcance pago é número total de pessoas que viram suas publicações como resultado de anúncios.

O alcance total é o número de pessoas que viram suas publicações, independentemente de onde a tenham visto. Se a sua publicação alcança uma pessoa de forma orgânica e por um anúncio, essa pessoa será incluída no alcance orgânico, no alcance pago e no alcance total.

Todo o processo para criação da página, das notícias, das enquetes, os dados que foram coletados e armazenados pelo Facebook, serviram para poder chegara à análise dos dados e assim obter resultados para pesquisa, evidenciando assim um trabalho científico.

6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para que uma pesquisa tenha cunho científico, é necessário que uma metodologia seja restritamente seguida e que os dados provenientes desta, possam ser comprovados.

Esta pesquisa coletou dados através de uma página do Facebook. As informações aqui apresentadas passaram por análises estatísticas, qualitativas e análise de discurso.

6.1 ANÁLISE QUANTITATIVA

As publicações feitas pela página 10informando obtiveram um alcance variado, as notícias tiveram número de compartilhamento diferente, sendo assim, algumas publicações atingiram maior e menor número de alcance de visualizações, reações e comentários. Para fins de melhor representação as notícias publicadas foram classificadas como N, variando assim de N1 à N12.

**Tabela 1 – Cálculo de média
CÁLCULO DE MÉDIA**

NOTÍCIA	COMPARTILHAMENTO	ALCANCE T.	ALCANCE ORG.	ALCANCE PAGO
N1	7	418	418	
N2	4	360	360	
N3	4	225	225	
N4	2	57	57	
N5	3	205	205	
N6	13	3.720	2.026	1.700
N7	5	555	205	305
N8	7	1.243	406	837
N9	4	2.261	157	2.104
N10	7	2.734	693	2.041
N11	5	242	181	61
N12	5	881	179	702
RESULTADO	5,5	1.075	426	1.107

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Os dados acima representam a média de compartilhamento, alcance total, alcance orgânico e alcance pago. Houve uma média de 5,5 compartilhamentos de, chegando ao ápice de 13 compartilhamentos na notícia N6, sobre o seriado *Game Of Thrones* e o menor resultado em N4, com 2

compartilhamentos na notícia sobre a falsa cidade de Cottage em Minas Gerais.

As publicações orgânicas obtiveram um alcance médio de 426 visualizações, devido ao baixo alcance orgânico nas primeiras publicações foi utilizado o impulsionar publicações, serviço pago oferecido às páginas do Facebook. O serviço de impulsionar foi utilizado a partir da notícia N6, obtendo assim uma média de 1.107 de alcance pago para as publicações N6, N7, N8, N9, N10, N11 e N12. O total de alcance que é o resultado da junção das publicações orgânicas e pagas foi de aproximadamente 1.076 visualizações.

Tabela 2 – Média de reações e comentários
CÁLCULO DE MÉDIA

NOTÍCIA	REAÇÕES	COMENTÁRIOS
N1	31	3
N2	28	7
N3	11	1
N4	2	0
N5	10	0
N6	148	34
N7	49	4
N8	55	5
N9	24	0
N10	149	24
N11	9	0
N12	28	0
RESULTADO	45,3	6,5

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Grandes oscilações entre os números fez com que a média de reações fosse em 45, as reações englobam comentários, compartilhamentos e curtidas com diversos emojis.³ A média de comentários foi de 6,5 por publicação, alcançando os maiores resultados em N6 e N10 e os piores resultados em outras 5 publicações, com nenhum comentário.

A tabela 3 traz os cálculos da análise de correlação feita entre **alcance x reação e comentários x curtidas**.

³ Emoji é de origem japonesa, composta dos elementos “e” (imagem) e “moji” (personagem), é considerado um pictograma ou ideograma, ou seja, uma imagem que transmitem a ideia de uma palavra ou frase completa (SIGNIFICADOS, 2017)..

Tabela 3 - Análise de correlação

ANÁLISE DE CORRELAÇÃO			
NOTÍCIA	ALCANCE x REAÇÃO		COMENTÁRIOS x TOTAL DE CURTIDAS
N1	418	31	3
N2	360	28	7
N3	225	11	1
N4	57	2	0
N5	205	10	0
N6	3.720	148	34
N7	555	49	4
N8	1.243	55	5
N9	2.261	24	0
N10	2.734	149	24
N11	242	9	0
N12	881	28	0
RESULTADO	0,868127946		0,918535878

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

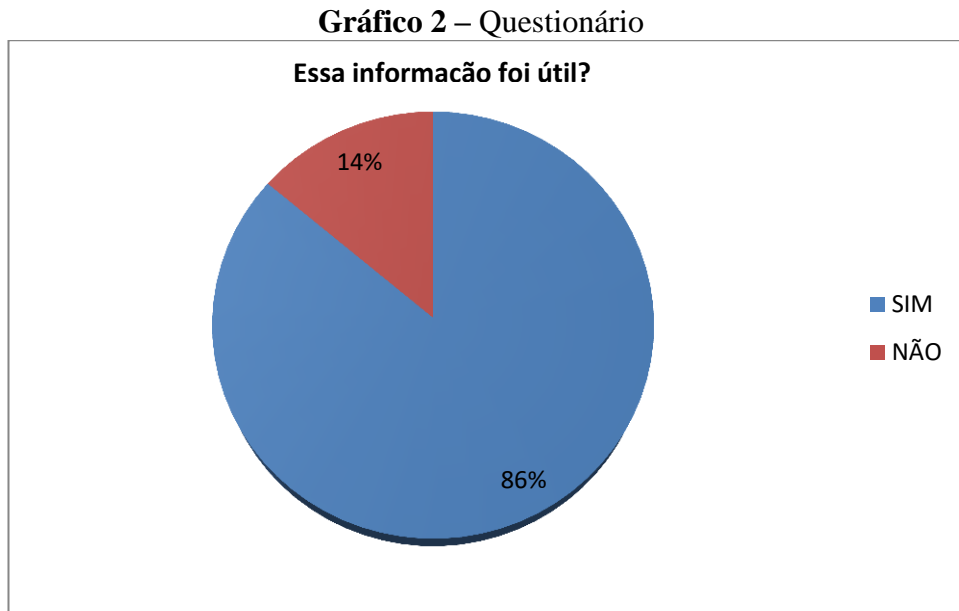
O coeficiente da correlação de Pearson mede o grau de reação, este coeficiente representado por r , assume apenas valores de -1 e 1. Para interpretar esses valores utilizaremos RIBEIRO JR [s.d.]:

- 1 positiva ou negativa correlação perfeita. .
- 0.9 para mais ou menos uma correlação muito forte.
- 0.7 a 0.9 positiva ou negativa correlação forte.
- 0.5 a 0.7 positiva ou negativa correlação moderada.
- 0.3 a 0.5 positiva ou negativa correlação fraca.
- 0 a 0.3 positiva ou negativa correlação desprezível.

Através dos resultados obtidos pela análise de correlação é possível fazer as seguintes afirmações:

- a) Os dados mostram que o alcance e as reações tem uma correlação forte, podemos dizer que as reações nas publicações estão relacionadas ao número de alcance;
- b) O número de comentários tem uma relação muito forte com o total de curtidas, ou seja, é correto afirmar que as postagens que tiveram muitas curtidas também tiveram muitos comentários.

Quanto ao questionário, no total das 12 notícias, 346 usuários do Facebook responderam a pergunta “**essa informação foi útil?**” apenas 48 usuários responderam que não, enquanto 298 responderam positivamente as informações falsas, resultando no gráfico 2:



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Esse gráfico testifica que a informação falsa é veiculada por redes sociais e é compartilhada indiscriminadamente, causando a desinformação que os autores Carvalho (2011), Philipp (2017) e Fallis (2009) indicam, pois comprova que as pessoas, que compuseram a amostra desta pesquisa, não leram, não verificam a fonte e compartilham qualquer coisa.

8.2 ANÁLISE QUALITATIVA

Para análise qualitativa foi utilizado à análise do discurso aplicado nos comentários das notícias, das 12 notícias apenas N2, N6, N7, N8, N10 apresentaram comentários que poderiam ser analisados e categorizados.

A análise de discurso segundo Flick (2009) é composto por três etapas, a primeira é o **processo de transcrição do texto**, o segundo é a **codificação do material e análise**, nesta parte é importante levar em consideração as seguintes questões de orientação: Por que estou lendo esse trecho desta forma? Quais as características do texto originam esta leitura? A terceira etapa trata da descrição minuciosa de uma pesquisa analítica do discurso.

Seguindo a metodologia proposta por Flick (2009) a transcrição dos comentários deixado pelos usuários na página **10informando** se encontram no apêndice 3. Para a segunda etapa da análise do discurso foram separadas palavras que denotavam o mesmo sentido que atribuíam significados iguais, palavras que demonstravam o debate do assunto proposto na notícia, assim respondendo as questões de orientação.

Das notícias que apresentavam conteúdo para ser analisado foi identificado as seguintes características, apresentadas no quadro 4.

Quadro 3 - Análise de características

N2	Ela – palavra utilizada duas vezes que se refere à pessoa mencionada na notícia. Não – útil; Não – Morta , demonstrando conhecimento sobre o assunto tratado.
N6	Verdade – palavra utilizada três vezes, em todos os casos foi utilizada para expressar dúvida quanto à notícia. Mentira – palavra utilizada uma vez, apesar de ser oposta a palavra verdade, foi utilizada com mesmo sentido expressando dúvida quanto à informação. Fake – em português quer dizer falso , utilizada uma vez para se referir a N6; Spoiler – utilização de palavras em inglês que demonstra conhecimento sobre o assunto.
N7	y%@ - A utilização de palavrões em três comentários revela frustração quanto a N7.
N8	y%@ e 🤔 - A utilização de palavrão e do emoji revela frustração quanto à notícia. 😍 - Emojis podem ter tanto significado quanto palavras em redes sociais, neste caso o emoji com olhos de coração revela apreciação quanto ao conteúdo apresentado.
N10	Caramba, maneiro, demais, interessante – expressam interesse sobre o assunto. Médicos, filhos, bebês, útero – expressam debate entre o assunto pautado na notícia.

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

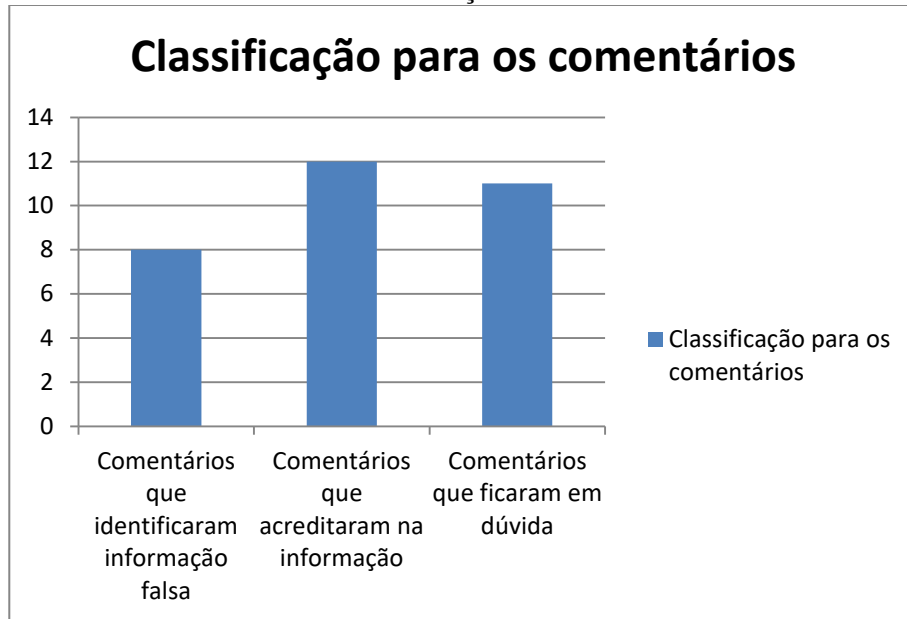
Uma característica forte dos comentários deixado pelo Facebook é a linguagem coloquial, abreviação de palavras e estrangeirismo. Fazendo-se o uso da percepção durante a leitura foi observado que os comentários feitos poderiam ser agrupados em três grupos:

- a) Comentários que identificaram informação falsa;
- b) Comentários que acreditaram na informação;

c) Comentários que ficaram em dúvida.

No apêndice 4 encontra-se a divisão dos comentários quanto aos grupos em que foram selecionados, de um universo de 33 comentários a classificação resultou no gráfico 2.

Gráfico 3 – Resultado de classificação dos comentários



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

A análise com base no discurso deixado na página vem reforçar os números quantitativos verificados pelas curtidas e compartilhamentos mostrando que grande parte dos usuários do Facebook, apesar das campanhas contra *Hoaxs*, não verificam as informações que chegam em seus *feeds* de notícias e acreditam em qualquer notícia veiculada na rede social.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Internet causou grandes mudanças na forma que comunicamos, informamos e relacionamos, abriu um leque de acessos e possibilidades que não era viável a muitos, fazendo que a informação circulasse de maneira rápida e livre entre redes e nuvens.

Desprendido de intermediação qualquer informação pode ser veiculada pela internet, afinal a Web 2.0 permitiu que qualquer usuário de Internet pudesse ser criador de conteúdo, o que não seria mal se as informações que chegassem aos nossos alcances fossem de boa índole e apenas somasse ao nosso conhecimento.

Porém como já vimos anteriormente à informação mal intencionada pode causar ações desastrosas e nos influenciar na tomada de péssimas decisões causando assim a desinformação tratada anteriormente.

Esta pesquisa veio com o propósito de avaliar a percepção de usuários do Facebook quanto à identificação de informações falsas veiculadas a partir de uma página criada com fins acadêmicos, se fazendo válida pelo escasso número de trabalhos e pela dificuldade de achar material acadêmico, fazendo-se necessário reunir conceitos sobre o assunto.

Desinformação tem sido bastante discutida em notícias e em outros canais de informação devido ao momento histórico em que vivemos na política em todo o mundo. Fazendo necessária a tomada de medidas, atualização e aprovação de leis para punir a veiculação de notícias falsas via Internet.

O bibliotecário, que a tempos lida com a informação em suporte físico, tem que se renovar em meio a toda tecnologia, utilizando os conhecimentos prévios para tratar da informação em qualquer suporte que lhe for proposto, lembrando que ele, mais que todos, deve ficar atento com o tipo de informação que trata e dissemina.

O problema da desinformação não cabe apenas as grandes empresas e ao governo tomar responsabilidade para acabar com a veiculação, é preciso que as pessoas passem a prestar atenção nas campanhas contra a divulgação de notícias falsas e mais que isso, que ponham em prática antes de qualquer compartilhamento, que verifiquem as fontes, chequem a veracidade das informações antes de passar adiante.

Através dos métodos quantitativos e qualitativos ficou perceptível que grande parte dos usuários do Facebook não estão aptos a perceber informações falsas, em vista de que apenas uma pequena parte da amostra de usuários que participaram da pesquisa identificaram o problema das notícias falsas.

O método de análise do discurso pode oferecer diferentes formas para se estudar as narrativas, contudo os textos publicados em páginas de redes sociais são em geral curtos e pobres em sua estrutura. Contudo os elementos textuais podem ser mais ricos, dependendo do estímulo ao usuários e propósito das páginas construídas. O que foi implementado neste estudo foi apenas uma demonstração simplificada do que pode ser realizado, tomando cuidado em não criar generalizações, pois a amostra foi relativamente pequena quando se trabalha no universo das redes sociais.

Esta pesquisa demonstra o grande potencial para outros tipos de estudos e aprofundamento, fazendo uso de amostras maiores, usar páginas ou fóruns onde os debates escritos sejam mais elaborados acerca do assunto em discussão.

Por fim, trabalhar redes sociais e desinformação além de ser instrumentos extremamente construtivos para perceber as dinâmicas informacionais, trata-se de um assunto divergente e que está disperso em diferentes áreas do conhecimento acadêmico. Este trabalho ofereceu uma oportunidade de uma abordagem sob a ótica da Ciência da Informação ao tema.

REFERÊNCIAS

- ALVANISTA. **Sobre a Alvanista**. 2014. Disponível em: <<http://alvanista.com/about>> Acesso em: 20 Mai 2017.
- AMERICO, Juliana. Facebook lança dicas para reconhecer notícias falsas. **Olhar digital**. 2017. Disponível em: <<https://olhardigital.uol.com.br/noticia/facebook-lanca-guia-para-reconhecer-noticias-falsas/67338>>. Acesso em: 10 Abr. 2017.
- Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 07 de jun. 2016.
- BOYD, Danah M. ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v.3, oct., 2007.
- BUCKLAND, M.K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v.45, n.5, p.351-360, 1991. Disponível em: <<http://people.ischool.berkeley.edu/~buckland/thing>>. Acesso em: 13 Abr. 2017.
- BUDAK, C. AGRAWAL, D. ABBADI, A. E. **Limiting the spread of misinformation in social networks**. USCB, 2011. Disponível em: <https://nidhogg.cs.ucsb.edu/research/tech_reports/reports/2010-02.pdf> Acesso em: 16 Abr. 2017.
- CALDAS, Edson. Como o Facebook decide se um conteúdo com sexo, morte e violência deve ser apagado. **Época Negócios**, 2017. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/colunas/Tecneira/noticia/2017/05/como-o-facebook-decide-se-um-conteudo-com-sexo-morte-e-violencia-deve-ser-apagado.html>> Acesso em: 23 maio 2017.
- CÂNDIDO, Ana Clara. VIANNA, William Barbosa. BEDIN, Sonali Paula Molin. Aportes conceituais de empreendedorismo e inovação para o desenvolvimento do profissional da informação em novos contextos de trabalho. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB, 17., Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2016. Disponível em: <<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2016/enancib2016/paper/viewFile/4065/2482>> Acesso em: 23 Maio 2017.
- CANO, Rosa Jiménez. **Facebook e Google declaram guerra aos sites de notícias falsas: gigantes tomam medidas para impedir que páginas maliciosas se beneficiem de seus sistema de publicidade**. El País: Tecnologia. 2016. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/15/tecnologia/1479201313_967124.ht>

ml> Acesso em: 19 Abr. 2017.

CARVALHO, G. M. R.; TAVARES, M. S. **Informação & conhecimento: uma abordagem organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

CARVALHO, Olavo de. ABC da desinformação. **Diário do comércio**. 2013. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/semana/130110dc.html>> Acesso em: 19 Abr. 2017.

CARVALHO, Olavo de. A desinformação da desinformação. **Diário do comércio**: 2011. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/semana/110712dc.html>> Acesso em: 19 Abr. 2017.

CARVALHO, L. Facebook finalmente revela o que está fazendo para acabar com notícias falsas. **Olhar digital**, 2016. Disponível em: <<https://olhardigital.uol.com.br/noticia/facebook-finalmente-revela-o-que-esta-fazendo-para-acabar-com-noticias-falsas/64703>> Acesso em: 30 Abr. 2017.

CARVALHO, Olavo de. O que é desinformação. O Globo: 2001. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/semana/desinf.htm>> Acesso em: 19 Abr. 2017.

COLAB.RE, 2015. Disponível em: <<https://www.colab.re/>> Acesso em: 20 Mai 2017.

CUNHA, Carolina. Desinformação na era da informação: o compartilhamento de mentiras e boatos na internet. **uol. vestibular**. 2016. Disponível em: <<https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/desinformacao-na-era-da-informacao-o-compartilhamento-de-mentiras-e-boatos-na-internet.htm>> Acesso em: 19 Abr. 2017.

D'AGOSTINO, Rossane. Três anos depois do linchamento de Fabiane após o boato na Web pode ajudar a endurecer a lei. **G1**, São Paulo. Disponível em: <<http://g1.globo.com/e-ou-nao-e/noticia/tres-anos-depois-linchamento-de-fabiane-apos-boato-na-web-pode-ajudar-a-endurecer-lei.ghtml>> Acesso em: 19 Abr. 2017.

DEL VICARIO, Michela. Et al. The spreading of misinformation online. **PNAS**, Boston, vol. 113, nº 3, 554 - 559, 19 jan. 2016. Disponível em <<http://www.pnas.org/content/113/3/554.full.pdf>> Acesso em: 19 Abr. 2017.

;
DICIONÁRIO de Cambridge. Inglaterra. **Cambridge University Press**, 2017. Disponível em: <<http://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/hoax>> Acesso em: 19 Abr. 2017

DICIONÁRIO de Oxford. 2017. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/definition/disinformation>>. Acesso em: 20

maio. 2017.

Dicionário de Oxford. 2017. Disponível em:<
<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>
 Acesso em: 20 Maio 2017.

DIGITAL DISCOVERY. **A evolução da Web 1.0 para a Web 2.0.**
 Disponível em:<<http://digitaldiscovery.eu/a-evolucao-da-web-1-0-e-a-web-2-0/>> Acesso em: 06 maio 2017.

EINERD. **15 Redes sociais brasileiras que fazem sucesso e você nem sabia.**
 2017. Disponível em: <<https://www.einerd.com.br/15-redes-sociais-brasileiras-que-fazem-sucesso-e-voce-nem-sabia/#comments>> Acesso em: 14 Maio 2017.

ELAELE. **Sobre.** 2017. Disponível em: <<https://elaele.com.br/sobre-nos.html>>
 Acesso em: 20 Mai 2017.

G1. **Facebook completa 10 anos:** veja a evolução da rede social. 2014.
 Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-completa-10-anos-veja-evolucao-da-rede-social.html>> Acesso em: 14 Maio 2017.

FACEBOOK. **Como faço para impulsionar uma publicação da minha página?** 2017. Disponível em:
 <<https://www.facebook.com/business/help/347839548598012>> Acesso em: 28 Maio 2017.

FACEBOOK. **Qual a diferença entre alcance orgânico, pago e alcance total?** 2017. Disponível em:
 <<https://www.facebook.com/help/285625061456389>> Acesso em: 28 maio 2017.

FALLIS, Don. **A functional analysis of disinformation.** University of Arizona: iconference, 2014. Disponível em:
 <https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/47258/278_ready.pdf?sequence=2> Acesso em: 20 Maio 2015.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Artmed, 2009. 405 p.

FREIRE, Isa Maria. Informação; consciência possível: campo. Um exercício com constutos teóricos. **Revista Ciência da Informação**, Local, v. 24, n.1, 1995. Disponível em:< <http://revista.ibict.br/ciinf/article/viewFile/619/621>>
 Acesso em: 24 Maio 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6.ed. São Paulo: Atlas, 2012. 200 p.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. **A análise do discurso:** conceitos e aplicações. São Paulo: Alfa, 1995. Disponível em:

<<http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/viewFile/3967/3642>> Acesso em: 20 Maio 2017.

HIGA, P. Google atualiza busca para evitar notícias falsas e conteúdo ofensivo. **Tecnoblog**, 29 Abr. 2017. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/213504/google-busca-noticias-falsas-conteudo-ofensivo/>> Acesso em: 29 Abr. 2017.

JOHNSON, Constance. **Venezuela: New Law Bans Some Internet Content**. Library of Congress, 2010. Disponível em: <<http://www.loc.gov/law/foreign-news/article/venezuela-new-law-bans-some-internet-content/>> Acesso em: 20 Maio 2017.

KURIAN, J. User-generated content on Facebook: Implications from the perspective of two organisations. **Firstmonday**, vol. 21, n. 7, 2016. Disponível em: <<http://www.firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/6012/5533>> Acesso em: 10 de jul. de 2016.

ZELDIN, Wendy. **Turkey: Law on Internet Publications Amended**. **Library of Congress**, 2014. Disponível em: <http://www.loc.gov/law/foreign-news/article/turkey-law-on-internet-publications-amended/> Acesso em: 20 Maio 2017.

MADEIRA, Carolina Gaspar. GALLUCI, Laura. **Mídias sociais, redes sociais e sua importância para empresas no início do século XXI**. Curitiba: Intercom, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2015. 225 p.

MILAGRE, José. **Uma falsa informação na Internet e um crime bárbaro: o direito e a lei: direito digital e crimes cibernéticos**. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://josemilagre.com.br/blog/2014/05/14/uma-falsa-informacao-na-internet-e-um-crime-barbaro-o-direito-e-a-lei/>> Acesso em: 30 Abr. 2017.

MULLER, Leonardo. Como funciona o sistema de censura do Sina Weibo, o Twitter chinês. **Tecmundo**, 2013. Disponível em:<<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/44984-como-funciona-o-sistema-de-censura-do-sina-weibo-o-twitter-chines.htm>> Acesso em: 14 Maio 2017.

MUNHOZ, V. Google segue os passos do Facebook contra 'Fake News'. **Tecmundo**. Google Search, 29 Abr. 2017. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/google-search/115664-google-segue-passos-facebook-fake-news.htm>> Acesso em: 30 Abr. 2017.

NOTARI, Caetano. Impulsionar publicações no Facebook vale a pena? **Indiga**, 2016. Disponível em: <<http://www2.indiga.com.br/impulsionar-publicacoes-no-facebook-vale-a-pena/>> Acesso em: 28 Maio 2017.

PASSEI DIRETO. **Central de ajuda**. 2017. Disponível em:
<<https://centraldeajuda.passeidireto.com/hc/pt-br/articles/213159057-O-que-%C3%A9-o-Passei-Direto->> Acesso em: 20 Mai 2017.

PEREIRA, L. Cada notícia falsas pode render multa de R\$ 1,7 milhão ao Facebook. **Olhar digital**, 2016. Disponível em:
<<https://olhardigital.uol.com.br/noticia/cada-noticia-falsa-pode-render-multa-de-r-1-7-milhao-ao-facebook/64749>> Acesso em: 30 Abr. 2017.

PINHEIRO, Ana Cleide Lucio. et al. **Os diversos espaços de atuação para o profissional bibliotecário**. Múltiplos Olhares em Ciência da Informação, v.2, n.2, out. 2012 Disponível em:
<<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/viewFile/1698/1148>> Acesso em: 16 Maio 2017.

PHILIPP, Joshua. O engano sobre a desinformação: uma tática de comunicação nascida na Rússia que deu origem a atrocidades. **Epoch Times**, 03 mar., 2017. Disponível em: <<https://www.epochtimes.com.br/o-engano-sobre-desinformacao/#.WQNgxojyu00>> Acesso: 29 de Mar. 2017.

POLITIFACT, 2017. Disponível em: < <http://www.politifact.com/>> 15 Maio 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREIRAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2.ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013. Disponível em:
<<http://www.faatensino.com.br/wp-content/uploads/2014/11/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf>> Acesso em: 24 Maio 2017.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações da *Web 2.0*. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Rio Grande do Sul, v. 9, agosto, 2007. Disponível em:
<<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/153/154>> Acesso em 23 Abr. 2017.

RECUERO, Rachel. Comunidades virtuais em redes sociais na *Internet*: Uma proposta de estudo. **Ecompos**, Internet, v. 4, n. Dez 2005, 2005.

RECUERO, Rachel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RECUERO, Rachel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. [s.l],[s.n.] Disponível em: <
<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>> Acesso em: 23 Fev. 2017

REUTERS. Facebook na Alemanha diz que reduzirá notícias falsas em semanas. **G1**, 2017. Disponível em: < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-na-alemanha-diz-que-reduzira-noticias-falsas-em-semanas.ghtml>> Acesso em: 15 Maio 2017

RIBEIRO, Laura. Algoritmo do Facebook: como ele funciona e como

umentar o seu tráfego orgânico. **Marketing de conteúdo**, 2017. Disponível em: <<http://marketingdeconteudo.com/algorithm-do-facebook/>> Acesso em: 29 Abr. 2017.

RIBEIRO, Laura. Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil. **Marketing de conteúdo**, 2017. Disponível em: <<http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>> Acesso em: 14 Maio 2017.

SANTA ANNA, Jorge. PEREIRA, Gleice. Ampliando o campo de atuação bibliotecária: o bibliotecário como consultor informacional. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 19, n. 2, p. 163-173, jul./dez., 2014. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/viewFile/956/pdf_96> Acesso em: 23 Maio 2017.

SIGNIFICADOS. **Significado de Emoji**. 2017. Disponível: <<https://www.significados.com.br/emoji/>> Acesso em: 09 Jun. 2017.

SIGNIFICADOS. **Significado de Troll**. 2017. Disponível: <<https://www.significados.com.br/troll/>> Acesso: 30 Abr. 2017.

SILVA, Adaci. O. Rosa da. BACALGINI, Bruna. **A biblioteca pública a sociedade e os sites de redes sociais – Orkut, Blog e Twitter – comunicação na rede**. São Paulo: USP, 2009. Disponível em: <<http://www.yumpu.com/pt/document/view/12884755/a-biblioteca-publica-a-sociedade-e-os-sites-de-redes-abciber>> Acesso em: 23 Abr. 2017.

SILVA, Daniela Oliveira. PAULA, Leciele Maria Segantini de. **Gatekeeper, teoria e importância no jornalismo**. Três Lagoas: AEMS, 2010. Disponível em: <<http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2012/downloads/2012/humanas/Gatekeeper,%20TEORIA%20E%20IMPORT%C3%82NCIA%20NO%20JORNALISMO.pdf>> Acesso em: 18 Maio 2017.

SILVA, Iran Cavalcanti da. SILVA, Edson Rodrigues da. Atuação do bibliotecário na gestão da informação e do conhecimento em organizações pública e privada. In: Encontro Regional dos Estudantes de Biblioteconomia e Documentação Ciência da Informação, Gestão da Informação – EREBD N/NE, 15, 2012, Juazeiro do Norte. **Anais...** Juazeiro do Norte: UFCE, 2012.

SILVA, Fabiano Couto Corrêa da. **Bibliotecários especialistas: guia de especialidades e recursos informacionais**. Brasília, DF: Thesaurus, 2005.

SILVA, Hede Miranda da. Gestão do conhecimento e inteligência competitiva em organizações: uma abordagem conceitual. **Revista de Iniciação Científica da FFC, Local**, v. 7, n. 1, p. 84-93, 2007.

SILVA, Marcos Noé Pedro da. "Média aritmética". **Brasil Escola**. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/matematica/media-aritmetica.htm>>. Acesso em 28 de maio de 2017.

SILVA, Raissa Carneiro da. **Marketing da informação em redes sociais: Facebook**. João Pessoa: UFPB, 2011.

SILVA, Edna Lúcia da. MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4.ed. Florianópolis: UFSC, 2005.
Disponível em:

<https://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_de_teses_e_dissertacoes_4ed.pdf> Acesso em: 24 Maio 2017.

SNOPEs, 2017. Disponível em:< <http://www.snopes.com/>> Acesso em: 14 Maio 2017

SOFTONIC. **QQ Messenger**: messenger chinês chega com tudo em versão internacional. 2012. Disponível em: <<https://qq-messenger.softonic.com.br/#app-softonic-review>> Acesso em: 14 Maio 2017.

SOTERO, Frederico. **Futuro da Internet e as Redes Sociais**. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/16465551/Futuro-Da-Internet-e-Redes-Social>> . Acesso em: 20 Fev. 2017.

SKOOB. **Quem somos?** 2017. Disponível em: <https://www.skoob.com.br/inicio/quem_somos> Acesso em: 20 Mai 2017.

STATISTA. **Most famous social network sites worldwide as of April 2017, ranked by number of active users (in millions)**. 2017. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>> Acesso em: 14 Maio 2017.

TECHTUDO. Qzone. **G1**, 2014. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/qzone.html>> Acesso em: 14 Maio 2017.

TORRES, Cláudio. **Guia prática de marketing na Internet para pequenas empresas**. [200-?] Disponível em:< http://www.cairu.br/biblioteca/arquivos/Marketing/Marketing_Internet_TORRES.pdf> Acesso em: 22 Fev. 2017.

WIKIPEDIA. **Baidu Tieba**. 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Baidu_Tieba> Acesso em: 14 Maio 2017.

UFES. **Biblioteconomia**: áreas de atuação. 2013. Disponível em: <<http://www.biblioteconomia.ufes.br/%C3%A1reas-de-atua%C3%A7%C3%A3o>> Acesso em: 16 Maio 2017.

UOL. **Facebook muda feed para evitar conteúdos falsos, sensacionalismo e spam**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2017/01/31/facebook-muda-feed-para-evitar-conteudos-falsos-sensacionalismo-e-spam.htm>> Acesso em: 29 Abr. 2017.

VALENTIM, M. **Gestão da informação e Gestão do conhecimento: especificidades e convergências**, 2004. Disponível em: <www.ofaj.com.br>
Acesso em: 05 Abril. 2017.

VEJA. **Há 20 anos, a World Wide Web era criada**. 2011. Disponível em:
<<http://veja.abril.com.br/tecnologia/ha-20-anos-a-world-wide-web-era-criada/>>
Acesso: 05 Maio 2017.

APÊNDICE A – Transcrição de comentários

Notícia	Data de publicação	Quantidade de comentário por publicação	Transcrição
N1	3 Abr.	3	Comentário 1: marcação 1, marcação 2, marcação 3, marcação 4, marcação 5, marcação 6, marcação 7, marcação 8, marcação 9, marcação 10, marcação 11, marcação 12, marcação 13 Comentário 2: Não encontrado. Comentário 3: Não encontrado.
N2	5 Abr.	7	Comentário 1: marcação 1, marcação 2, marcação 3, marcação 4, marcação 5, marcação 6, marcação 7, marcação 8, marcação 9, marcação 10 Comentário 2: marcação 11, marcação 12 Comentário 3: marcação 13 Comentário 4: Não foi útil. Kkkkk Ela só está hibernando e não morta hahaha Comentário 5: Oshe, ela teve isso em 2015 menino. Comentário 6: Não encontrado. Comentário 7: Não encontrado.
N3	9 Abr.	1	
N4	12 Abr.	0	
N5	14 Abr.	0	
N6	16 Abr.	34	Comentário 1: Marcação 1, to com ódio! Resposta1: É verdade isso? Não creio Comentário 2: Isso é verdade? Comentário 3: Marcação 2, isso é mentira né? Diz que sim pfv, n fala que satanáas estar agindo (emoji triste) Resposta 2: NÃO PODE SERRRRRR, eu me recuso a aceitar isso, não aceito, não quero acreditar nessa tragédia Comentário 5: marcação 4, marcação 5, marcação 6 procede a informação? Resposta 3: nenhum site grande até agora se pronunciou a respeito disso... deve ser fake... Resposta 4: Tbm acho Comentário 8: Kskakksks a série é gigante demais pra vazarem cenas prontas, não tem dinheiro pra refazerem novos episódios, ngm conhecia esse site e o video mostrado no link não revela nada demais! Fora que foi uma explosão e não um jato de fogo. Resposta 9: ja vazaram com a quinta temporada e nao cancelaram nada.. lembra? Resposta 10: Cenas inteiras? Mas aí vai de qm quer ou não quer ver. Eu msm saio de todas essas pags na pré temporada pra n ver ou saber de spoilers. Resposta 11: Vazaram 4 episódios na quinta temp. Comentário 12: claro... eles vao deixar de ganhar dinheiro por causa de spoilinho sim... vai nessa. Comentário 13: man, saca! Marcação 7. Comentário 14: (emojis risos) MAIS SE ISSO FOR VERDADE TEREI TEMPO DE BOTAR A SÉRIE EM DIA KKKKKKKKKKKKKKKKKKKK ISSO É BOM DMAIS (emojis risos) Comentários 15 ao 34: Não encontrado.
N7	18 Abr.	4	Comentário 1: Marcação 1, Marcação 2, y%@ véi... ‘-‘ Resposta 2: Nãaaaaaaaaaaaaooooooooo

			Resposta 3: y% @ Resposta 4: y% @
N8	21 Abr.	5	Comentário 1: marcação 1, marcação 2, marcação 3, marcação 4, marcação 5, marcação 6, marcação 7 Comentário 2: Já imagino a y% @ que vai ser, por que , tudo que o brasileiro tenta imitar das produções Americanas ou Europeias , sai uma (emoji coco) Comentário 3: Marcação 8 Comentário 4: (emoji com olhos de coração) Comentário 5: Não encontrado.
N9	23 Abr.	0	
N10	26 Abr.	24	Comentário 1: 48 marcações CARAMBA!!!! Comentário 2: Massa Comentário 3: Caramba, eu sei que na Inglaterra eles já produzem, uma criança do jeito que você quer... Mas isso não sei se é verdade O.O Ouloco Comentário 4: marcação 49 Faltou tu sumido kkkk Resposta 5: Estou aqui rapaz... Resposta 6: Cadê tu na uep, tu sumiu mesmo cara? Comentário 7: Tinha visto. Ainda num parei pra avaliar nem discutir. Comentário 8: Bebes de chocadeira, apesar de estar indo bem a esquisa, nada melhor que o corpo Humano, acho que é uma besteira esse tipo de invencao , tentar criar ou clonar pessoas através de maquinas, ainda falta saber se tera saude normal Resposta 9: Serioooo ?? Meu y% @ demais isso. Eu sei que na Inglaterra você pode escolher o jeito que você que o seu filho nasça , no caso bebe de proveta né Resposta 10: Segundo os medicos, a criança sente tudo que a mae sente na gestacao, talvez isso ajude no desenvolvimento da criança , agora se for utero artificial , talvez problemas ou nao, só o tempo pode dizer... Resposta 11: Cara. Tu sabe muito nem... KKKKKKKK Resposta 12: Mas se eles conseguirem, a proxima etapa seria modificar os genes para criar o ser "perfeito" preparado contra doenças e tudo mais. Seria esse o inicio da tentativa de criar "Super Humanos" ?! Uma evolucao forçada da raça através da tecnobiologia?! Resposta 13: Biotecnologia *** Comentário 14: Marcação 50 Cara, isso é bem interessante pelo lado de conseguirem fazer uma vida em um útero artificial bem dizer Comentário 15: Esquisito isso. Comentário 16: Significa q vai nascer sem umbigo?? Resposta 17: Melhor comentário kkkk Comentário 18: Saca marcação 51 Comentário 19: Maneiro mais quero ver eles criar é a ovelha celula por celula.ai so jesus Comentário 20: Já já vai aparecer algum os homossexuais querendo ter filho assim Resposta 21: y% @-se Comentário 22: Quem sabe assim teremos mais filhos Que! Kkkkkkkkk Resposta 23: Só se for mesmo kkkkk Comentário 24: Não encontrado.
N11	30 Abr.	0	
N12	2 Mai.	0	



APÊNDICE B – Análise de discurso

Notícia	Usuários que identificaram informação falsa	Usuários que não identificaram informação falsa	Usuários que ficaram em dúvida
N2	<p>Comentário 4: Não foi útil. Kkkkk Ela só está hibernando e não morta hahaha</p> <p>Comentário 5: Oshe, ela teve isso em 2015 menino.</p>		
N6	<p>Resposta 3: nenhum site grande até agora se pronunciou a respeito disso... deve ser fake...</p> <p>Resposta 4: Tbm acho</p> <p>Comentário 8: Marcação 2: nenhum site grande até agora se pronunciou a respeito disso... deve ser fake...</p> <p>Comentário 8: Kskakksks a série é gigante demais pra vazarem cenas prontas, não tem dinheiro pra refazerem novos episódios, ngm conhecia esse site e o video mostrado no link não revela nada demais! Fora que foi uma explosão e não um jato de fogo.</p> <p>Comentário 12: claro... eles vao deixar de ganhar dinheiro por causa de spoilinho sim... vai nessa.</p>	<p>Comentário 1: Marcação 1, <i>to com ódio!</i></p> <p>Comentário 13: man, <i>saca!</i> Marcação 7.</p>	<p>Resposta1: É verdade isso? Não creio</p> <p>Comentário 2: Isso é verdade?</p> <p>Comentário 3: Marcação 2, isso é mentira né? Diz que sim pfv, n fala que satanás</p> <p>estar agindo 😞</p> <p>Resposta 2: NÃO PODE SERRRRRRR, eu me recuso a aceitar isso, não aceito, não quero acreditar nessa tragédia</p> <p>Comentário 5: marcação 4, marcação 5, marcação 6 procede a informação?</p> <p>Comentário 14: 😂 MAIS SE ISSO FOR VERDADE TEREI TEMPO DE BOTAR A SÉRIE EM DIA KKKKKKKKKKKKKK KKKK ISSO É BOM DMAIS 😂</p>
N7		<p>Comentário 1: Marcação 1, Marcação 2, pqp véi... ‘-‘</p> <p>Resposta 2: Nãaaaaaaaaaaaaooooooooo</p>	
N8		<p>Comentário 2: Já imagino a bosta que vai ser, por que , tudo que o brasileiro tenta imitar das produções Americanas ou Europeias , sai uma</p> <p>💩</p> <p>Comentário 4: 😍</p>	
N10		<p>Comentário 1: 48 marcações CARAMBA!!!!</p>	<p>Comentário 3: Caramba, eu sei que na Inglaterra eles já produzem, uma</p>

		<p>Comentário 2: Massa</p> <p>Comentário 8: Bebes de chocadeira, apesar de estar indo bem a esquisa, nada melhor que o corpo Humano, acho que é uma besteira esse tipo de invencao , tentar criar ou clonar pessoas atraves de maquinas, ainda falta saber se tera saude normal</p> <p>Resposta 10: Segundo os medicos, a criança sente tudo que a mae sente na gestacao, talvez isso ajude no desenvolvimento da criança , agora se for utero artificial , talvez problemas ou nao, só o tempo pode dizer...</p> <p>Resposta 12: Mas se eles conseguirem, a proxima etapa seria modificar os genes para criar o ser "perfeito" preparado contra doenças e tudo mais. Seria esse o inicio da tentativa de criar "Super Humanos"?! Uma evolucao forçada da raça atravez da tecnobiologia?!</p> <p>Comentário 14: Marcação 50 Cara, isso é bem interessante pelo lado de conseguirem fazer uma vida em um útero artificial bem dizer</p>	<p>criança do jeito que você quer... Mas isso não sei se é verdade O.O Ouloco</p> <p>Resposta 9: Seriooo ?? Meu foda demais isso. Eu sei que na Inglaterra você pode escolher o jeito que você que o seu filho nasça , no caso bebe de proveta né</p> <p>Comentário 16: Significa q vai nascer sem umbigo??</p> <p>Comentário 19: Maneiro mais quero ver eles criar é a ovelha celula por celula.ai so jesus</p> <p>Comentário 20: Já já vai aparecer algum os homossexuais querendo ter filho assim</p>
--	--	--	--

APÊNDICE C – Notícias publicadas no Facebook

<p>Publicado: 03 Abr. 2017</p> <p>Autora dos livros ‘Saga Crepúsculo’ conta que voltará a escrever sobre Bella e Edward, em uma nova trilogia - Stephenie Meyer afirma que Saga Crepúsculo terá continuação, autora afirma que voltará a contar histórias sobre os protagonistas da saga.</p> <p>Stephenie Meyer, autora da famosa Saga Crepúsculo, afirma que voltará em breve a escrever mais livros sobre Bella e Edward. A autora conta que a editora Little, Brown and Company se prontificou em publicar mais livros da saga.</p> <p>Fonte: LB_company</p>	<p>Essa informação foi útil? Sim!  Não. </p> 
<p>Publicado: 05 Abr. 2017</p> <p>Cantora Avril Lavigne é internada com urgência e morre devido a doença de Lyme</p> <p>A cantora Canadense foi internada no Hospital NYU Langone Medical Center. Avril apresentava quadro de febre alta, erupções por todo corpo e alto quadro de desidratação.</p> <p>Médicos confirmam morte da cantora, que lutava contra doença de Lyme. Ela morre aos 32 anos; Álbum intitulado ‘Avril Lavigne’ foi o último lançado pela cantora.</p>	<p>Essa informação foi útil?  Sim! Não. </p> 
<p>Publicação: 09 Abr. 2017</p> <p>Moradores de Cottage-MG se surpreendem com o desaparecimento de cachorros de rua na cidade</p> <p>Moradores do município de Cottage em Minas Gerais se deparam com a cidade livre de cachorros de rua, Prefeito afirma que os cachorros vinham sendo recolhidos para limpeza</p>	

<p>da cidade.</p> <p>Fonte: r7.com.br</p>	<p>Essa informação foi útil?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sim. <input type="radio"/> Não. 😞</p> 
<p>Publicação: 12 Abr. 2017</p> <p>Ervas Que Ajudam A Prevenir O Câncer De Pele</p> <p>O Instituto Médico do Câncer do Rio de Janeiro divulga pesquisa sobre efeito de ervas como Alecrim, Louro e Marcela que ajudam a prevenir o câncer de pele, mas para que as ervas nos ajudem, também devemos seguir outras orientações, como evitar o sol durante as horas de radiação máxima.</p> <p>O câncer de pele é o tipo mais comum de câncer. Portanto, é importante que se saiba quais são as opções de reduzir o risco de tê-lo.</p> <p>É bem sabido que evitar exposição excessiva ao sol é um dos principais métodos que ajudam a ter uma pele saudável, mas o que você não sabia é que algumas ervas que armazenamos em casa ajudam na prevenção do câncer de pele.</p> <p>Pesquisa pode ser encontrada na íntegra pelo site www.imrj.com.br/pesquisas/cancer%pdf2017</p>	<p>Essa informação foi útil?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sim. <input type="radio"/> Não. 😞</p> 

<p>Publicação: 14 Abr. 2017</p> <p>Kaká abandona igreja e se declara ateu</p> <p>Jogador deu entrevista ao G1 contando sobre a grande virada em sua vida</p> <p>O Jogador Kaká, afirmou em entrevista ao G1 que era agora afirma ser ateu, e declarou: “Na verdade, aprendi a ser ateu com na igreja. Eles traumatizaram tanto, que falei: ‘Não é possível que essa gente tenha razão’”.</p>	<p>Essa informação foi útil? <input checked="" type="radio"/> Sim. <input type="radio"/> Não. 😞</p> 
<p>Publicação: 16 Abr. 2017</p> <p>Game of Thrones – Sétima temporada é adiada para abril de 2018 - Após onda de Spoilers sobre sétima temporada o diretor Mark Mylod afirma que pretende regravar episódios e adiam sétima temporada para 2018.</p> <p>Diretor de dois episódios da sétima temporada de Game Of Thrones, Mark Mylod, afirma que após vazamento de cenas de Khaleesi e seu dragão deve refilmar episódios em junho desse ano. As imagens divulgadas das gravações de Game of Thrones vem surgido desde 2016, quando começaram as gravações da nova temporada.</p> <p>Você pode assistir spoilers das gravações no site abaixo: http://www.ligadoemserie.com.br/.../game-of-thrones-vaza-gr.../...</p>	<p>Essa informação foi útil? <input checked="" type="radio"/> Sim. <input type="radio"/> Não. 😞</p> 
<p>Publicação: 18 Abr. 2017</p> <p>O canal History Channel ainda não se manifestou oficialmente mas, segundo o ator Travis Fimmel, a série Vikings foi cancelada após a produção de quatro temporadas e vinte episódios. A informação foi divulgada em seu perfil do Twitter. Criada por Michael Hirst e com direção de Michael Hirst,</p>	<p>Essa informação foi útil? <input checked="" type="radio"/> Sim. <input type="radio"/> Não. 😞</p> 

<p>Morgan O’Sullivan e Sherry Marsh a série é um drama histórico sobre os Vikings os heróis Nórdicos .</p> <p>A série entrou pra lista do Metacritic, como séries canceladas em 2017 http://www.metacritic.com/.../tv-renewal-scorecard-2016-2017-.... O ator Travis Fimmel publicou em seu twitter sobre cancelamento @Team_Travis.</p>	
<p>Publicação: 21 Abr. 2017</p> <p>Diretor Jorge Fernando anuncia mini-série baseada no clássico de Jane Austen, é prevista para janeiro de 2018</p> <p>Aos amantes de Jane Austen e aos fãs de Orgulho e Preconceito (Pride and Prejudice), Jorge Fernando, diretor responsável pela novela Eta Mundo Bom, anuncia mini-série baseada no livro Orgulho e Preconceito de Jane Austen. Mini-série está escalada para o horário das 11h.</p> <p>A história sofrerá adaptação para o Brasil Império, mas manterá o mesmo trama. O Castelo Itaipava/RJ será cenário da mini-série. As gravações da novela serão feitas no Rio de Janeiro. O diretor deve anunciar em breve elenco.</p> <p>Roteiro original de Jane Austen: As cinco irmãs Bennet - Elizabeth, Jane, Lydia, Mary e Kitty - foram criadas por uma mãe que tinha fixação em lhes encontrar maridos que garantissem seu futuro. Porém Elizabeth deseja ter uma vida mais ampla do que apenas se dedicar ao marido, sendo apoiada pelo pai. Quando o sr. Bingley , um solteiro rico, passa a morar em uma mansão vizinha, as irmãs logo ficam agitadas. Jane logo parece que conquistará o coração do novo vizinho, enquanto que Elizabeth conhece o bonito e esnobe sr. Darcy . Os encontros entre Elizabeth e Darcy passam a ser cada vez mais constantes, apesar deles</p>	<p>Essa informação foi útil?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sim. <input type="radio"/> Não. 😞</p> 

<p>sempre discutirem. Fonte: Austenfans</p>	
<p>Publicação: 23 Abr. 2017</p> <p>Johnny Depp sofre acidente de carro: 'Um susto muito grande'</p> <p>O ator usou as redes sociais para falar do grave acidente que sofreu na última quinta-feira. O veículo rodou na pista, estava chovendo bastante e, em uma determinada curva, o carro acabou rodando várias vezes.</p> <p>Postou em seu twitter:</p> <p>Johnny Depp @Depp "It was a very big scary and I ended up hurting my arm but that was all."</p> <p>Johnny Depp @Depp “Foi um susto muito grande e machucando meu braço, mas não passou disso.”, escreveu o ator.</p> <p>O acidente ocorreu por volta das 23h em Massachusetts dia antes de viagem para gravação de novo filme. Johnny saiu com leves ferimentos no braço e já seguiu viagem.</p> <p>Leia mais: http://gIobo.com/.../johnny-depp-sofre-acidente-de-carro-um-s...</p>	 
<p>Publicação: 26 Abr. 2017</p> <p>Uma ovelha está crescendo em um útero artificial; bebês serão os próximos</p> <p>Cientistas do Hospital Infantil da Filadélfia, nos Estados Unidos, tiveram sucesso ao desenvolver um útero artificial, como uma bolsa preenchida por fluidos e tubos de sangue, os cientistas estão criando oito ovelhas, que já possuem quatro semanas de idade.</p> <p>Até o momento, a equipe do Hospital registrou apenas sucessos: as ovelhas desenvolveram normalmente pulmões e cérebro. Além disso, todos já</p>	

abriram os olhos e aprenderam a engolir — além dos primeiros tufos de lã já terem nascido. O interessante dessa pesquisa? O dispositivo está sendo testado em animais para futuramente poder criar bebês humanos dentro do Biobag.

O biobag simula ambiente de útero, protegendo e alimentando o filhote sem que seja necessário um animal. As ovelhas estão dentro do biobag desde fase embrião.

Publicação: 30 Abr. 2017

Daniel Radcliffe estreará em Netflix
Ator anunciou dia 19 em seu twitter que está feliz em fazer parte das produções da Netflix. Daniel não disse qual produção fará parte, mas as especulações já começaram.

Em entrevista no programa americano ellen degeneres show, Daniel comentou sobre quais séries da Netflix gostaria de fazer parte.

Durante entrevista especulou fazer parte da segunda temporada de 13 Reasons Why e que já estava na hora de fazer outros papéis grandes além de Harry Potter.

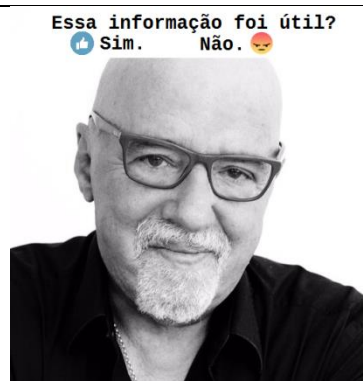


Publicação: 02 Mai. 2017

Paulo Coelho é acusado de plágio em seu livro A Espiã

Com mais de 25 livros publicados, considerado o fenômeno literário do século XX, o autor Paulo Coelho foi acusado mais uma vez de plágio, agora pelo livro A Espiã. Segundo reportagem do jornal Diário de Frankfurt (Frankfurter Zeitung), o escritor Günther Grass abriu processo por plágio, por ter a mesma temática com riqueza de detalhes como o do seu livro original, com mesmo nome.

Este não é o primeiro caso de Paulo Coelho envolvendo plágios, os



processos podem custar milhões ao escritor.

Veja a sinopse do livro:

Mata Hari foi a mulher mais desejada de sua época: bailarina exótica que chocava e encantava plateias ao se desnudar nos palcos, confidente e amante dos homens mais ricos e poderosos de seu tempo, figura de passado enigmático que despertava o ciúme e a inveja das damas da aristocracia parisiense. Ela ousou libertar-se do moralismo e dos costumes provincianos das primeiras décadas do século XX e pagou caro por isso: em 1917, foi executada pelo pelotão de fuzilamento do exército francês, sob alegação de espionagem. Em seu novo romance, Paulo Coelho revisita com brilhantismo a vida dessa mulher extraordinária, mostrando ao leitor que as árvores mais altas nascem das menores sementes.

PAULO
COELHO

A ESPIA



Essa informação foi útil?



Sim.

Não.



APÊNDICE D – Dados das publicações

Publicação	Pessoas Alcançadas	Reações, Comentários e Compartilhamentos		Na publicação	Em compartilhamento	Cliques na publicação		
						Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
N1	418	31	14 Curtir	2	12	47		
			3 Amei	1	2	Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
			4 Grr	4	0	19	0	28
			3 comentários	1	2			
			7 Compartilhamentos	6	1			
N2	360	28	5 Curtir	1	0	Cliques na publicação		
			1 Amei	0	1	70		
			1 Triste	0	1	Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
			10 Grr	6	4	20	0	50
			7 Comentários	2	5			
			4 Compartilhamentos	4	0			
N3	225	11	2 Curtir	1	1	Cliques na publicação		
			4 Amei	3	1	26		
			1 Comentário	0	1	Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
			4 Compartilhamentos	3	1	11	0	15
N4	57	2	2 Compartilhamentos	2	0	Cliques na publicação		
						1		
						Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
						1	0	0

N5	205	10	2 Curtir	1	1	Cliques na publicação		
			2 Amei	2	0	20		
			1 Uau	1	0	Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
			3 Grr	2	1	6	0	14
			3 Compartilhamentos	2	1			
N6	3.720	148	76 Curtir	56	20	Cliques na publicação		
			3 Amei	3	0	421		
			3 Haha	2	1	Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
			2 Uau	2	0	110	29	282
			4 Triste	1	3			
			13 Grr	10	3			
			34 Comentários	12	20			
			13 Compartilhamentos	10	3			
N7	555	49	33 Curtir	29	4	Cliques na publicação		
			2 Amei	1	1	28		
			1 Triste	1	0	Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
			4 Grr	4	0	0	3	25
			4 Comentários	4	0			
			5 Compartilhamentos	4	1			
N8	1.243	55	32 Curtir	21	11	Cliques na publicação		
			3 Amei	0	3	108		
			1 Haha	0	1	Visualizações da foto	Cliques no link	Outros Cliques
			7 Grr	5	2	61	0	47
			5 Comentários	3	2			
			7 Compartilhamentos	3	4			

