
Redes sociais, imagens e desinformação: padrões das informações falsas sobre vacina no Twitter¹

Isadora Gonçalves Eleutério Dias ARAÚJO²

Alice Souza RAIMONDI³

Luisa Andrade FERREIRA⁴

Fábio Gomes GOVEIA⁵

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

RESUMO

A infodemia relatada pela Organização Mundial da Saúde durante a Pandemia do Coronavírus evidenciou o protagonismo das redes sociais no que tange aos processos comunicacionais e informacionais humanos. Com isso, emergem problemas como a desordem da informação. Neste cenário, o presente trabalho propõe uma análise semiótica dos *posts* compartilhados na plataforma Twitter, que disseminam desinformação sobre as vacinas contra a Covid-19, mesmo após o período de vacinação em massa. Após a análise foi possível observar que, compartilhando padrões semióticos e narrativos, os atores que compartilham informações enganosas utilizam o humor, o sensacionalismo e a simulação de portais de notícia para efetivar suas narrativas.

PALAVRAS-CHAVE: Desinformação; Infodemia; Covid-19; Twitter; Semiótica.

Introdução

Com a evolução da tecnologia, o processo informacional foi modificado, tornando-se cada vez mais acelerado. Vive-se atualmente em uma “infocracia” – na qual a informação é o mandamento supremo (HAN, 2022) – ou na “dadosfera” – onde nossas informações alimentam bancos de dados que nos vigiam em busca de controle (BEIGUELMAN, 2021).

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação e Multimídia da Intercom Júnior - XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFES, e-mail: isadoraeleuterio@gmail.com

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFES, e-mail: alicesr10@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFES, e-mail: luisaandrade1803@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFES, e-mail: fabiovg@gmail.com

Nesse contexto, diante do bombardeio informacional proporcionado pelo mundo digitalizado, as pessoas têm que lidar com um exorbitante volume de informações, o que torna difícil a apreensão e a identificação da relevância de cada informação.

Com a necessidade de se comunicar cada vez mais rápida e efetivamente, tem-se visto um crescimento do papel das redes sociais na comunicação contemporânea, o que se deve à instantaneidade e à acessibilidade que tais mídias propiciam. Tal atualização no processo comunicacional fez com que houvesse uma dispersão das informações e notícias que, agora, para além de jornais, estão veiculadas também nas redes sociais. Para Shirakashi (2007), o Twitter é uma mistura de blog com serviço de mensagem instantânea (MSN), no qual os posts são enviados sem a necessidade ou expectativa de uma resposta. Fala-se para o mundo com a velocidade de uma mensagem instantânea. Tais características fazem com que a rede seja a principal plataforma utilizada atualmente como meio de informação. Visto seu potencial, atualmente, é possível observar que grande parte dos portais de notícias, pessoas públicas e instituições oficiais aderiram ao uso do Twitter, favorecendo ainda mais seu caráter informacional.

A partir do crescimento do uso das redes sociais, emerge também o uso dos recursos visuais, como fotos, *memes* e *prints*. Em seu livro, Calleb Gattegno evidencia a velocidade e o alcance da visão, que permitem ao ser humano receber e memorizar um exorbitante número de unidades de informação em frações de segundo gastando pouca energia. Segundo o autor, “Com a visão, o infinito nos é dado de uma só vez: a riqueza é a sua descrição” (GATTEGNO, 2010). Com tal efetividade dos recursos visuais, o processo comunicacional contemporâneo, em especial no meio digital, é cada vez mais baseado em imagens. Com o objetivo de facilitar a recepção das mensagens e sustentar uma comunicação mais persuasiva e que dialoga com o público, esse recurso é amplamente utilizado pela mídia. Contudo, ela não é a única que desfruta das facilidades proporcionadas pela comunicação visual. À medida que os padrões comunicacionais se atualizam, as estratégias para disseminar informações enganosas também o fazem. Assim, valendo-se dessas vantagens, os atores da desinformação⁶ aproveitam-se da efetividade da imagem, no que tange a transmissão da informação, para reiterar seu discurso e consolidar suas narrativas.

⁶ Perfis que disseminam informações enganosas ou manipuladas.

Diante da importância do Twitter e dos recursos visuais para os processos comunicacionais atuais, é pertinente investigar como os recursos da rede são utilizados para facilitar o acesso à informação, seja ela verdadeira ou não, e – tendo em vista o foco do presente trabalho – quais as principais características, em especial as visuais, das postagens presentes nesta rede social que possuem material falso ou enganoso.

Metodologia

No presente artigo, foram analisados *tweets* coletados pelo script Ford, implementação desenvolvida pelo Laboratório de Estudos Sobre Imagem e Cibercultura (Labic/Ufes). Utilizando a API⁷ da rede social, a cada semana eram coletados posts no Twitter que contivessem imagens e que apresentassem os termos “multivacinação”, “paralisia+flácida+aguda”, “paralisia+infantil” “pólio”, “poliomielite”, “sarampo”, “vacina”, “vacinação”, “vacinal”, “vacinamos” “vacinaram”, “vacinei” e “vacinou”. A partir do banco de dados gerado pela coleta, foram selecionados e analisados *tweets* relacionados ao termo “vacina” e suas variações, tais como “vacinou” e “vacinado”, que disseminam desinformação.

A seleção teve como critério postagens que representassem de forma clara as estratégias utilizadas pelos grupos que difundem informações falsas, enganosas ou manipuladas para prejudicar algo ou alguém.

Infodemia e o período pandêmico

A pandemia de Covid-19 evidenciou o que a Organização Mundial da Saúde (OMS) definiu como “infodemia”: “Um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa.” (OPAS, 2020). Esse “tsunami”⁸ de informações sobre o coronavírus e, posteriormente, sobre a vacina,

⁷ API é a sigla em inglês para *Application Programming Interface*, ou, Interface de Programação de Aplicações. É uma forma de acessar os dados disponibilizados pelas plataformas de redes sociais para programadores e desenvolvedores.

⁸ Termo utilizado por Byung-Chul Han em seu livro “Infocracia” para designar o exorbitante fluxo de informações no regime atual.

engloba tanto informações verídicas divulgadas por veículos responsáveis, quanto enganosas, disseminadas por grupos que descredibilizam a ciência.

No período de início das aplicações das vacinas, os grupos antivacina, na tentativa de desestimular a procura pelo imunizante, utilizavam como argumento principal a liberdade e pregavam que a vacina seria uma arma biológica para exterminar a população. Especialmente após o sucesso das campanhas de imunização, esses grupos tiveram que mudar sua estratégia.

Depois que grande parte dos brasileiros já havia sido imunizada, a narrativa anti-vacina passou a relacionar o imunizante a doenças de longo prazo, tais como miocardite e trombose. O objetivo, agora, era acusar a ciência e causar revolta naqueles que haviam seguido as recomendações da OMS. Junto a isso, essas postagens insinuavam, além da periculosidade, a dispensabilidade das vacinas. A partir da manipulação e distorção de informações oficiais, os atores modificavam o cenário, criando sua própria narrativa.

Narrativa anti-vacina

A narrativa construída no período analisado baseou-se em dois fatos que ocuparam lugar de destaque na discussão da vacina ao decorrer do mês de março. O primeiro foi a mudança da recomendação da OMS, que, diante da vacinação em massa, passou a recomendar a dose de reforço apenas para pessoas inseridas no grupo de alto risco, como idosos e pessoas com comorbidades. A medida foi tomada para que esses indivíduos sejam prioridade na ordem de vacinação, não inferindo, de qualquer modo, a ineficácia ou a dispensabilidade das vacinas para o restante da população. O segundo fato é a possibilidade da aplicação de imunizantes de plataforma RNA mensageiro apresentar risco de miocardite. De acordo com a narrativa anti-vacina, além de não serem efetivas na proteção contra o vírus SARS-CoV-2, as injeções apresentavam grandes riscos cardíacos. Contudo, em uma nota⁹ publicada em março deste ano, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) esclareceu que a incidência dessas doenças varia entre 0,58 e 2,4 a cada 100 mil doses aplicadas. Sendo assim, os benefícios da imunização superam os riscos. Diante disso, é

⁹ Disponível em:

<<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2023/anvisa-esclarece-sobre-risco-de-miocardite-e-pericardite-pos-vacinacao>>. Acesso em: 6 jul. 2023

possível observar a ocorrência da percepção seletiva¹⁰, presente na Teoria da Persuasão, fenômeno no qual a interpretação modifica o sentido da mensagem para que ela se encaixe nas atitudes de quem a recebe. Frequentemente, a ocorrência desse fenômeno estimula a produção e o compartilhamento de informações enganosas.

Para Alzamora (2020), a produção, distribuição e circulação de notícias falsas abrange inúmeras manifestações, como a manipulação de contexto informacional, a fabricação de conexões entre eventos e a produção de conteúdo enganoso. Nesse contexto, as conexões são a base que sustenta as narrativas estudadas. As teorias são amparadas pela conexão feita, no primeiro caso, entre a mudança da recomendação e a suposta dispensabilidade da vacina e, no segundo caso, entre casos isolados de problemas cardíacos e a possibilidade da miocardite ser um efeito colateral da vacina.

Análise

Tendo em vista a fala de Alzamora, é possível identificar uma complexidade no processo de desordem da informação. Assim, é necessária uma análise qualitativa da desinformação, para que seja possível compreender de quais formas ela se manifesta.

Imagem 1: *Tweet* coletado pelo programa Ford, extraído do perfil @souapenasV.

¹⁰ De acordo com a Teoria da Abordagem Empírico Experimental ou da Persuasão, abordada no Livro Teorias da Comunicação de Mauro Wolf, “A interpretação transforma e adapta o significado da mensagem recebida, fixando-a às atitudes e aos valores do destinatário até mudar por vezes, radicalmente, o sentido da mensagem” (WOLF, 1994). Esse fenômeno é chamado de percepção seletiva.

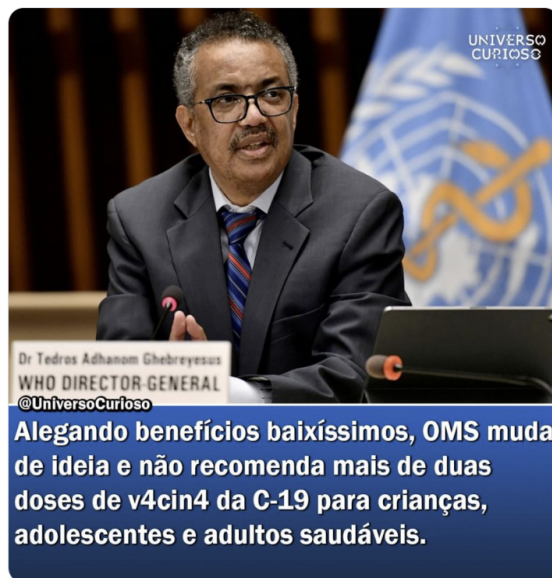


V
@souapenasV

Já começaram a falar dos casos de câncer que estão surgindo nos vacinados? Já passou da hora desse pessoal ser julgado e condenado à prisão perpétua.

Fonte Nacional: glo.bo/3KkQswT

Fonte Internacional: bit.ly/3Zu4l03



12:55 PM · 31 de mar de 2023 · 517 Visualizações

Fonte: Twitter¹¹, 2023.

O primeiro *tweet* reproduz uma postagem do perfil [@universocurioso](https://twitter.com/universocurioso) postada no Instagram e diz respeito à mudança da recomendação da OMS em relação a aplicação da vacina para crianças, adolescentes e adultos sem comorbidades. A princípio, a imagem se baseia em uma informação verídica; contudo, manipula-a de forma a mudar o sentido da decisão da OMS. Em primeiro lugar, a imagem não informa que a decisão foi tomada para priorizar as pessoas inseridas no grupo de risco. Em segundo lugar, o uso do superlativo “baixíssimos” exprime a ideia de que as vacinas proporcionam pouco ou nenhum benefício à saúde. Além disso, a frase “não recomenda mais” infere uma mudança na opinião da OMS sobre a necessidade do imunizante para esse grupo de pessoas. Isso também é inverídico, uma vez que, considerando o alto nível de imunização no mundo, esse grupo apenas deixa de ser prioridade, não representando, de qualquer forma, a dispensabilidade da vacina. Ambas as

¹¹ Publicado em 31 de março de 2023. Disponível em: <https://twitter.com/souapenasV/status/1641831620071026697>. Acesso em: 3 jul. 2023.

ocorrências não refletem a posição da Organização e estão presentes apenas para fazer uso da autoridade da instituição e corroborar com a narrativa de que as vacinas são dispensáveis a qualquer público.

Quanto às principais características da postagem, é possível identificar uma tentativa de emular portais de notícia confiáveis. As *fake news*, assim, tomariam emprestado do jornalismo, pela emulação de seus padrões de linguagem, a credibilidade e a legitimidade para a narrativa falsa que propagam, apoiando-se em sua função social (RECUERO e GRUZD, 2019). O texto assemelha-se a um *lead*¹², recurso jornalístico utilizado para sintetizar as informações mais importantes de uma matéria, enquanto a imagem apresenta a figura de Tedros Adhanom, diretor geral da OMS, o que confere confiança por parte dos consumidores da informação, que passam a associar o discurso à imagem de Adhanom. Ademais, pode-se refletir sobre a intencionalidade na escolha da cor azul, frequentemente associada a jornais e instituições de saúde. Os jornais O Globo e Estadão e instituições como a própria OMS são exemplos disso, uma vez que têm o azul como cor principal na identidade visual.

A partir do texto que acompanha a imagem, é possível observar a materialização da narrativa. O perfil @souapenasV sugere a existência de casos de câncer em decorrência da vacinação e aponta que os responsáveis por vacinar a população deveriam ser julgados e “condenados à prisão perpétua”. Assim, ele concretiza a ideia de que os profissionais da saúde cometeram um erro ao recomendarem a aplicação das vacinas. Além disso, como mais uma estratégia para adquirir credibilidade, o ator acrescenta duas fontes, uma nacional e uma internacional. Qualquer usuário que fizesse uma leitura crítica das duas matérias seria capaz de inferir a informação correta. Contudo, a primeira fonte – jornal O Globo – não é disponível gratuitamente, não sendo possível seu acesso sem assinatura, e a segunda fonte – site oficial da OMS – aparece, a princípio, em língua inglesa, o que também dificulta o acesso à informação para quem não domina o idioma.

¹² *Lead* é "uma estratégia narrativa inventada por jornalistas americanos no começo do século XX com o intuito de conferir objetividade à imprensa. Tal estratégia possibilitaria uma certa cientificidade por meio de um recurso muito simples. Logo no primeiro parágrafo de uma reportagem, o texto deveria responder a seis questões básicas: Quem? O que? Como? Onde? Quando? Por que?" (PENA, 2008, p.15)

Visto as estratégias utilizadas, a notícia divulgada por esse *post* pode ser associada a dois conceitos: má-formação e desinformação¹³. A frase "alegando benefícios baixíssimos" não reflete a posição da OMS, o que evidencia a manipulação do conteúdo da mensagem original, remetendo à desinformação. Contudo, o restante da mensagem, ainda que apresente um conteúdo que serve ao interesse público, manipula uma informação verdadeira – a mudança da recomendação para crianças, adolescentes e adultos saudáveis – para prejudicar a imagem da OMS e dos agentes da área da saúde, característica principal da má-informação. Isso elucida a complexidade do espectro da desordem da informação, visto que, nem sempre, uma mensagem vai se encaixar por completo em uma definição.

Uma última análise sobre a imagem contida na publicação é a substituição das letras “a” na palavra “vacina” pelo numeral 4. A mudança da grafia é aplicada numa tentativa de escapar dos mecanismos presentes na plataforma que identificam e excluem a desinformação.

Imagem 2: *Tweet* coletado pelo programa Ford, extraído do perfil @Leandro11783224.

¹³Segundo o manual da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), a desordem da informação possui três formatos principais: a desinformação, a informação incorreta e a má-informação. A má informação se caracteriza por ser uma informação com bases verídicas, mas que não serve ao interesse público e que, manipulada, é utilizada fora de contexto a fim de prejudicar algo ou alguém. Já a desinformação é uma informação enganosa que contém conteúdo e contexto falsos, e é utilizada com o objetivo de disseminar inverdades.



Fonte: Twitter¹⁴, 2023.

A Imagem 2 também se trata de uma reprodução de conteúdo. O perfil @Leandro11783224 reproduz um *tweet* do perfil @JoaquinTeixeira, que por sua vez compartilha uma matéria da Revista Oeste. A possibilidade de reprodução do conteúdo de outras contas, o chamado “*retweet*”, é uma das principais ferramentas que mantém o Twitter na posição de difusor da informação. Ela permite que um usuário possa republicar, com apenas um clique, uma publicação de outro perfil com a qual se identifique. A facilidade de compartilhar informações conversa com a rapidez comunicacional atual e desfavorece o ato de checagem da informação, gerando o que David Easley e Jon Kleinberg (2010) chamam de “*casca*ta”. De acordo com os pesquisadores, uma cascata é uma informação que é repassada por atores como se fosse verdadeira, embora estes não tenham como saber se o é.

Essa postagem vai contra os padrões jornalísticos da anterior, apresentando outra estratégia amplamente utilizada pelos atores da desinformação: o humor. Quando não estão

¹⁴ Publicado em 31 de março de 2023. Disponível em:
<<https://twitter.com/Leandro11783224/status/1641889676125523984>>. Acesso em: 3 jul. 2023.

associadas a uma linguagem formal que tenta emular os portais de notícia, as postagens que buscam propagar informações enganosas apresentam características relacionadas ao humor, como o sarcasmo, a ironia e o uso de memes e *emojis*. Nesse caso, é possível identificar a ironia presente no uso da hashtag “#vivaosus” e nas falas da postagem como: ”Já tomou a décima dose da vacina, trouxa?”, seguido de *emojis* sarcásticos. Já o meme emerge da comparação entre o cartão de vacinação e um cartão de fidelidade. O autor do *tweet* original produz um cartão de fidelidade fictício da empresa farmacêutica Pfizer que daria uma torradeira para quem tomasse dez doses da vacina contra a Covid-19. Tais recursos humorísticos são utilizados para ridicularizar as pessoas que fizeram o uso do imunizante e descredibilizar a ciência. A estratégia utilizada confere interesse aos posts de fake news, que, muitas vezes, são compartilhados apenas por seu conteúdo hilário (AYMANN, FOERSTER E GEORG, 2017).

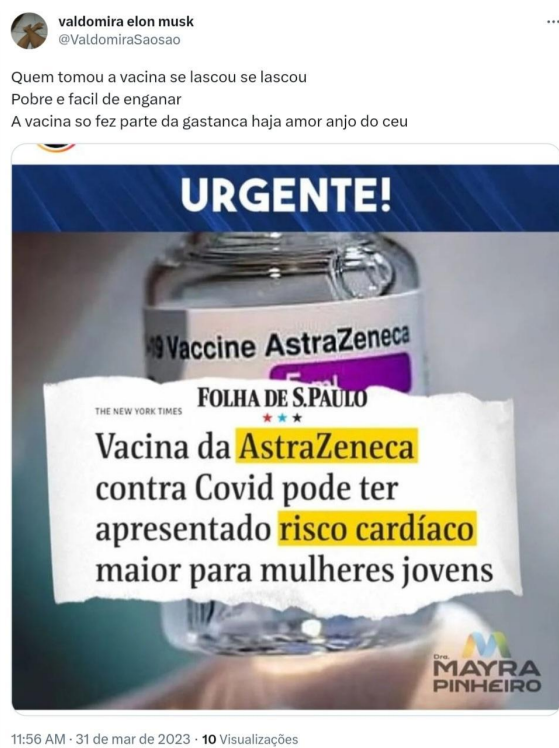
As Imagens 3 e 4 são reproduções de *posts* do perfil da Dra. Mayra Pinheiro no Instagram e, por isso, compartilham um padrão visual. Contudo, as duas se diferenciam quanto a sua posição no espectro da desordem da informação. O *post* da Imagem 4 apresenta uma informação verídica, que é manipulada fora de seu contexto. Ele utiliza a manchete de uma matéria do jornal Folha de São Paulo, que fala sobre o risco de miocardite apresentado pela vacina da AstraZeneca. A matéria afirma que mulheres jovens estão mais suscetíveis a esse tipo de complicação, mas ressalta que os riscos para qualquer pessoa é mínimo e que os benefícios do imunizante superam os riscos. O sentimento de urgência que a publicação atribui à manchete insinua uma periculosidade da vacina, que é reforçada pela legenda da publicação, que diz que quem fez o uso do imunizante “se lascou”. Já a publicação presente na Imagem 3 é uma informação enganosa que manipula a fala da OMS. A informação refere-se à mudança da recomendação da organização, que prioriza os grupos de risco. Porém, apresenta propositalmente uma interpretação equivocada que infere a dispensabilidade da vacina para crianças e adolescentes saudáveis.

Imagem 3: - *Tweet* coletado pelo programa Ford, extraído do perfil @dramayrapinheiro



Fonte: Twitter¹⁵, 2023.

Imagem 4: - *Tweet* coletado pelo programa Ford, extraído do perfil @ValdomiraSaosao



¹⁵ Publicado em 30 de março de 2023. Disponível em: <<https://twitter.com/dramayraoficial/status/1641533136377880577>>. Acesso em: 3 jul. 2023.

Fonte: Twitter¹⁶, 2023.

Quanto aos padrões visuais, é possível observar que os dois *posts* apresentam uma tarja com o termo “URGENTE!” grafado e que a primeira destaca as palavras “Astrazeneca” e “risco cardíaco”, o que evidencia o desejo de captar e direcionar a atenção do público. As imagens que servem como fundo para as publicações também remetem a um padrão, visto que ambas apresentam representações da vacinação. Enquanto o *post* da Imagem 3 utiliza a imagem de um frasco da vacina Astrazeneca, a postagem da Imagem 4 apresenta como plano de fundo uma fotografia de uma criança sendo vacinada com uma pelúcia no colo e olhos fechados.

Tanto os recursos de destaque quanto as imagens – em especial a presente no segundo *post* – provocam sensações no público. O termo “urgente” suscita o sentimento de alerta, podendo induzir temor quando o contexto envolve, por exemplo, a possibilidade de mulheres jovens desenvolverem problemas cardíacos em decorrência da vacina. A fotografia da segunda publicação também contribui para a construção de medo, na medida em que a menina remete à fragilidade, que sensibiliza quem entra em contato com a publicação. Por meio desses recursos, os atores da desinformação buscam envolver e persuadir o público a favor de sua narrativa, a partir da indução de emoções como medo e revolta.

Mais uma vez, é observável que as publicações, a fim de atribuir credibilidade às informações, tentam remeter aos portais de notícias veiculando apenas manchetes de jornais virtuais. Além disso, a cor azul permanece sendo parte fundamental da identidade visual. A repetição desses padrões visuais, como as tarjas, a fonte das letras, a cor azul e o uso das manchetes favorece a coerência das postagens, fortalecendo a mensagem, o fluxo desinformativo e sua capacidade de absorção por parte do público. Outrossim, o uso constante desses recursos que aludem aos portais de notícia, faz com que adquiram uma similaridade visual no imaginário de quem consome esse conteúdo. Isso impacta na percepção da informação, fazendo com que o público associe essas postagens de forma que elas pareçam compartilhar o mesmo espaço no imaginário, que coincide com a opinião dos usuários negacionistas.

¹⁶ Publicado em 31 de março de 2023. Disponível em: <https://twitter.com/ValdomiraSaosao/status/1641816680115367937>. Acesso em: 3 jul. 2023.

Por fim, uma última característica que se faz presente na maioria das publicações analisadas é o uso de uma linguagem simples e acessível, que deve-se às características da plataforma na qual estão inseridos. No entanto, também corrobora com o envolvimento do público na narrativa, na medida que cria identificação com os usuários do Twitter. Fazendo o uso da linguagem coloquial, termos simples e tom por vezes humorístico ou irônico, os atores dialogam com os usuários da rede social de modo a exalar confiança e credibilidade, suscitando maior interesse em suas publicações e favorecendo a ocorrência das cascatas evidenciadas por Easley e Kleinberg.

Conclusão

Diante do estudo realizado, é possível compreender a importância do Twitter no cenário comunicacional contemporâneo e como essa plataforma serve de veículo para que atores disseminem informações falsas e manipuladas para um exorbitante número de pessoas de forma quase que instantânea (SHIRAKASHI, 2007). As ferramentas propiciadas por essa plataforma corroboram para a disseminação massiva de informações, sejam elas verdadeiras ou não. O *retweet* pode ser considerado a principal delas, na medida em que permite a reprodução de um conteúdo com apenas um clique, gerando assim as cascatas, informações que são repassadas sem que o usuário saiba sua procedência (EASLEY E KLEINBERG, 2010).

Ademais, deve-se entender a complexidade da desordem da informação (UNESCO, 2019), compreendendo a existência de um espectro que engloba as manifestações evidenciadas por Alzamora: a manipulação de contexto informacional; a fabricação de conexões entre eventos; e a produção de conteúdo enganoso a partir de informações verdadeiras.

Quanto às estratégias utilizadas pelos atores da desinformação, a partir da análise, identificaram-se três táticas principais utilizadas para propagar desinformação no contexto pandêmico: (1) a tentativa de atribuir credibilidade às publicações, a partir da emulação dos padrões de portais de notícia, do uso de figuras de autoridade e da reprodução de manchetes; (2) o sensacionalismo, por vezes sutil, que tenta captar o público através das sensações; e (3) o humor e a ironia que conferem mais interesse à publicação para que esta seja mais

compartilhada e republicada (AYMANN, FOERSTER E GEORG, 2017). Outrossim, é evidente a importância da imagem para a realização dessas estratégias. Devido a sua capacidade de transmitir grande quantidade de informação em frações de segundos e de facilitar a memorização (GATTEGNO, 2010), as imagens são um elemento fundamental para que as mensagens transmitidas pelos atores sejam eficazes. Ademais, elas auxiliam na ativação das emoções e na credibilidade das publicações na medida em que articulam com o imaginário do público – em especial daqueles que já compartilham dos mesmo ideais.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane. **A dinâmica transmídia de notícias falsas sobre ciências: jornalismo e educação**. Youtube, 2022. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=i31iaqMsUFY>. Acesso em: 06 de jul. 2023.

AYMANN, Christoph. FOERSTER, Jakob. GEORG, Co-Pierre. **Fake News in Social Networks**, 2017.

BEIGUELMAN, Gisele. **Políticas da Imagem: Vigilância e Resistência na Dadosfera**. São Paulo: UBU, 2021.

EASLEY, David. KLEINBERG, Jon. **Networks, Crowds, and Markets: reasoning about highly connected world**. Cambridge University Press, 2010.

GATTEGNO, Caleb. **Towards a visual culture**. Estados Unidos, 2010.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia: digitalização e a crise da democracia**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2022.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Jornalismo, Fake News e Desinformação**. Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo. Série UNESCO sobre Educação em Jornalismo. Brasil, 2019.

OPAS. Organização Panamericana de Saúde. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**. Página Informativa N° 5. Departamento de Evidência e Inteligência para Ação em Saúde. 2020. Disponível em <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf>. Acesso em 9 jul. 2023.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

RECUERO, Raquel. GRUZD, Anatoliy. **Cascatas de fake news políticas: um estudo de caso no Twitter**. São Paulo, 2019.

SHIRAKASHI, Renato. **O twitter e suas postagens de 140 caracteres**. Webinsider. 2007. disponível em < <https://webinsider.com.br/2007/09/26/o-segredo-do-twitter-e-suas-postagens-de-140-caracteres/> >. Acesso em 4 ago. 2023.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1994.