



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

CAMILLA PAIXÃO BELMONT

O TIKTOK COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: uma análise das informações
disseminadas durante a pandemia de COVID-19 (2020-2022)

São Luís

2024

CAMILLA PAIXÃO BELMONT

O TIKTOK COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: uma análise das informações
disseminadas durante a pandemia de COVID-19 (2020-2022)

Monografia apresentada ao Curso de
Biblioteconomia da Universidade Federal do
Maranhão, como requisito para obtenção de grau de
Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof.^a Ma. Maria Cléa Nunes.

São Luís

2024

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Belmont, Camilla Paixão.

O TikTok como fonte de informação: : uma análise das informações disseminadas durante a pandemia de COVID-19 2020-2022 / Camilla Paixão Belmont. - 2025.

49 f.

Orientador(a): Maria Cléa Nunes.

Monografia (Graduação) - Curso de Biblioteconomia, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2025.

1. Desinformação. 2. Fake News. 3. Pandemia. 4. Covid-19. 5. Tiktok. I. Nunes, Maria Cléa. II. Título.

CAMILLA PAIXÃO BELMONT

O TIKTOK COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: uma análise das informações
disseminadas durante a pandemia de COVID-19 (2020-2022)

Monografia apresentada ao Curso de
Biblioteconomia da Universidade Federal do
Maranhão, como requisito para obtenção de grau de
Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof.^a Ma. Maria Cléa Nunes.

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma. Maria Cléa Nunes (Orientadora)
Mestrado em Educação (UFMA)
Universidade Federal do Maranhão

Profa. Dra. Aldinar Martins Bottentuit
Doutorado em Ciência da Informação (UNESP)
Universidade Estadual Paulista

Profa. Dra. Leoneide Maria Brito Martins
Doutorado em Educação (UNESP/Marília)
Universidade Estadual Paulista

Dedico este trabalho ao meu pai, Vilson Belmont, que, embora não esteja mais presente fisicamente, permanece vivo em meu coração e em cada conquista.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus por iluminar cada passo desta jornada, transformando obstáculos em degraus e dúvidas em fé. Também por ter me dado saúde e forças para superar as dificuldades.

A minha orientadora, professora Ma. Maria Cléa Nunes, por sua orientação, paciência e dedicação. Sua experiência e conselhos foram essenciais para o desenvolvimento e finalização deste trabalho.

Aos membros da banca examinadora, professoras Dra. Aldinar Martins Bottentuit e Dra. Leoneide Maria Brito Martins, expresso meu sincero agradecimento pela disponibilidade, pelas valiosas contribuições e pelas reflexões enriquecedoras que tornaram este trabalho ainda mais significativo.

A minha mãe, Rosinete Garcês Paixão, pelo amor, apoio e incentivo incondicionais. Sua força e dedicação sempre foram minha maior inspiração.

Ao meu irmão, Lucas Paixão Belmont, por ser meu parceiro de risadas, e mesmo de longe, sempre disposto a ajudar e trazer alegria às minhas jornadas mais desafiadoras.

Ao meu amigo, Alan Cardeck, por me proporcionar momentos de descontração, e ao mesmo tempo, me incentivar firmemente a concluir a monografia. Sou muito grata por sua amizade.

Ao meu amor, Nogueira Junior, que foi a calma em meio à tempestade da minha graduação. Agradeço pelo seu carinho e paciência e por acreditar em mim, mesmo nos dias mais difíceis. Seu apoio foi fundamental para que eu seguisse firme até o fim.

As minhas duas queridas amigas da universidade, Tereza de Jesus Araújo e Gletsia Camila da Silva Santos, minha gratidão pela parceria, pelos momentos compartilhados e pelo suporte que deram ao longo desse percurso. A caminhada foi muito mais leve com vocês ao meu lado.

A todos vocês, muito obrigada por fazerem parte dessa conquista.

RESUMO

O estudo intitulado O TikTok como fonte de informação: uma análise das informações disseminadas durante a pandemia de COVID-19 (2020-2022), tem como objetivo identificar conteúdos relacionados à COVID-19 publicados na plataforma durante o período pandêmico, com ênfase na análise de postagens que envolvem desinformação e fake news sobre a doença. Para alcançar esse objetivo, utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica sobre o tema e o surgimento da plataforma, na intenção de fundamentar a base teórica a partir das contribuições de autores que discorrem sobre essa temática, como Dourado (2020); Ferreira, Lima e Souza (2021); Recuero (2021); Santos (2022). Como abordagem, foi adotada a pesquisa quali-quantitativa, visando proporcionar uma análise mais completa e aprofundada dos vídeos selecionados no TikTok acerca do tema Covid-19. Foram avaliadas as métricas, como curtidas, comentários e compartilhamentos, quanto ao conteúdo das publicações no período de 2020 a 2022. Sendo utilizadas para as pesquisas dos vídeos, hashtags pré-definidas relacionadas à COVID-19, e selecionados dez vídeos de cada hashtag para uma interpretação e classificação (informativa ou desinformativa) dos seus conteúdos, onde foram organizados em tabelas contendo todas as informações coletadas. Dentre os resultados obtidos, concluiu-se que vídeos relacionados a medicamentos e tratamentos tiveram uma frequência maior de desinformação, assim como, vídeos desinformativos relacionados as formas de contágio, com títulos apelativos ou em formatos de memes tiveram maior engajamento. Verificou-se a necessidade de que as redes sociais, especialmente o TikTok, adotem medidas mais rigorosas quanto à verificação dos vídeos, além de tornar mais claras para os usuários as diretrizes de comunidade e políticas aplicáveis aos conteúdos que podem ser publicados. Ademais, é importante instruir os usuários sobre uso responsável e a disseminação de informações da internet.

Palavras-chave: desinformação; fake news; pandemia; COVID-19; TikTok.

ABSTRACT

The study entitled TikTok as a source of information: an analysis of information disseminated during the COVID-19 pandemic (2020-2022), aims to identify content related to COVID-19 published on the platform during the pandemic period, with an emphasis on the analysis of posts that involve misinformation and fake news about the disease. To achieve this objective, the methodology used was bibliographic research on the topic and the emergence of the platform, with the intention of substantiating the theoretical basis based on the contributions of authors who discuss this topic, such as Dourado (2020); Ferreira, Lima and Souza (2021); Recuero (2021); Santos (2022). As an approach, qualitative-quantitative research was adopted, aiming to provide a more complete and in-depth analysis of the videos selected on TikTok about the topic of Covid-19. Metrics such as likes, comments, and shares were evaluated regarding the content of publications from 2020 to 2022. Predefined hashtags related to COVID-19 were used to search for videos, and ten videos from each hashtag were selected for interpretation and classification (informative or misinformative) of their content, which were organized into tables containing all the information collected. Among the results obtained, it was concluded that videos related to medicines and treatments had a higher frequency of misinformation, while misinformative videos related to forms of contagion, with appealing titles or in meme formats, had greater engagement. It was found that social networks, especially TikTok, need to adopt stricter measures regarding the verification of videos, in addition to making the community guidelines and policies applicable to the content that can be published clearer to users. Furthermore, it is important to instruct users on responsible use and dissemination of information on the internet.

Keywords: misinformation; fake news; pandemic; COVID-19, TikTok.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Principais aplicativos mais baixados no mundo em junho de 2020 (não-jogo)	21
Figura 2 – 10 aplicativos mais baixados em 2021 no mundo	22
Figura 3 – 10 aplicativos mais baixados em 2022 no mundo	22
Figura 4 – Interfaces do TikTok	23
Figura 5 – Sentimentos das pessoas em relação às mídias sociais no ano de 2020	24
Figura 6 – Print da tela da câmera do TikTok	25
Figura 7 – Compilado de prints do TikTok de matérias sobre a investigação do influencer Renato Cariani	25
Figura 8 – Print da tela do TikTok do Multishow com a cantora Iza divulgando a campanha #MãosSeguras	27
Figura 9 – Print de tela de conteúdo criado para a campanha #TrabalhandoPorVocê	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Covid Pandemia Vacina	33
Tabela 2 – Covid Pandemia Medicamentos/Tratamentos.....	35
Tabela 3 – Covid Pandemia Formas de Contágio	36
Tabela 4 – Covid Pandemia Sintomas	38

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 O FENÔMENO DA INFODEMIA	15
2.1 Fake News: concepções e uso no Brasil	16
2.2 Impactos da Disseminação de Fake News e Desinformação	19
3 TIKTOK: da criação ao encantamento do público	21
3.1 Entretenimento informativo no TikTok	24
4 A PANDEMIA DA SARS-CoV-2: o TikTok, a (des)informação e o papel do (a) Bibliotecário (a)	28
4.1 O (A) Bibliotecário como aliados (as) na verificação de fatos e combate à desinformação	28
5 METODOLOGIA	31
6 (DES) INFORMAÇÕES E FAKE NEWS NO TIKTOK: resultados e discussões	33
CONCLUSÃO	40
REFERÊNCIAS.....	43

1 INTRODUÇÃO

A geração de jovens inseridos no mundo digital é marcada pela conectividade constante, influências das redes sociais e o acesso instantâneo às informações, eles possuem a facilidade de se adaptarem às novas tecnologias, bem como se envolverem em comunidades online e de se expressarem por meio das redes sociais.

Lopes (2020) enfatiza a importância de os usuários dessas redes serem capazes de interpretar notícias provenientes das redes sociais. Para isso, é necessário possuir o conhecimento adequado para realizar essa interpretação, o que exige uma abordagem denominada educação midiática, onde, conforme Fachine e Deodato (2022), consistem em um dos caminhos mais eficientes para alcançar a resolução de problemas ocasionados pela desinformação. Além de acessar e criar mensagens que permitem a interação com a sociedade por meio das redes sociais, uma competência fundamental no âmbito da educação midiática, é a avaliação das fontes de informação, pois a facilidade ao acesso a essas redes e aplicativos de mensagens, como Facebook, Instagram, Whatsapp e TikTok, por exemplo, permite que esses jovens sejam expostos diariamente aos mais diversos tipos de conteúdo, sejam eles verdadeiros ou não, por isso a verificação das fontes torna-se importante para garantir a confiabilidade das informações nas plataformas.

Diante do isolamento social estabelecido pela OMS no período pandêmico, o TikTok, conforme Valerio (2023), começou a ser utilizado por seus usuários como uma válvula de escape e de entretenimento. Vídeos como coreografias de músicas virais, desafios de maquiagem, dicas das mais variadas e muitos outros conteúdos foram surgindo na plataforma, e nos dias atuais qualquer tipo de informação pode ser encontrada no aplicativo. Segundo Siani (2023), em uma reportagem para a CNN Brasil, um relatório elaborado pela Reuters Institute Digital News, apontou que 1 a cada 5 jovens entre 18 e 24 anos procuram informação sobre acontecimentos mundiais no TikTok, isso se dá porque a informação repassada de maneira convencional não é mais tão atraente a esse público.

Apesar de mais atraentes e de fácil compreensão, a utilização do aplicativo como buscador tem seus riscos, de acordo com o jornal O Globo (2022), um estudo publicado pela NewsGuard, sobre temas como a invasão Russa na Ucrânia e as vacinas contra a Covid-19, mostrou que 20% dos vídeos encontrados no TikTok sobre esses temas, continham informações falsas. Se tratando da pandemia, a plataforma serviu, segundo Ferreira (2021), como palco para

a desinformação sobre a Covid-19, e assuntos relacionados como sintomas, tratamentos, efeitos colaterais, vacinas e suas eficácias.

O TikTok é um aplicativo de origem chinesa desenvolvido pela empresa ByteDance, a plataforma contabiliza milhões de downloads, principalmente a partir do ano de 2020, ano que a Covid-19 foi caracterizada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como pandemia. Neste ano, segundo Chan (2020), ela atingiu mais de 87 milhões de instalações, o que representou um aumento de mais de 50% em relação ao ano anterior. Lançado em setembro de 2016, a plataforma surgiu a partir de outros aplicativos que teriam a mesma funcionalidade, o compartilhamento de vídeos em curta duração. Com o aumento da sua popularidade, o TikTok gerou algumas polêmicas, como a multa de 5,7 milhões de dólares que foi paga ao governo dos Estados Unidos, por violar a Lei de Proteção à Privacidade Online das Crianças, visto que o governo alegou que o aplicativo estaria coletando informações pessoais de menores de 13 anos sem a autorização dos pais, segundo a reportagem da revista Super Interessante (2020), contudo, apesar dessa circunstância o aplicativo continua firme entre seus usuários e cada vez mais popular.

Tendo em vista a quantidade de informações falsas produzidas e consumidas no TikTok, e considerando a sua popularidade, como a plataforma lidou com a disseminação de desinformação e fake news durante a pandemia de COVID-19? Quais ações foram adotadas para combater essas falsas notícias?

Assim, o objetivo geral deste estudo é identificar na plataforma TikTok a postagem de conteúdos relacionados à COVID-19 durante o período pandêmico, com ênfase na análise de postagens que envolvem desinformação e fake news acerca da doença. E como objetivos específicos a) Identificar, por meio das hashtags predefinidas pela pesquisadora e associadas ao tema COVID-19, a veracidade dos vídeos; b) categorizar as postagens como informativas, desinformativas; c) mapear os tipos mais recorrentes de desinformação sobre a doença na plataforma, conforme as hashtags predefinidas e, por fim, examinar os mecanismos de verificação e controle de desinformação e fake news empregados pelo TikTok em relação aos conteúdos vinculados à COVID-19.

O tema deste estudo foi selecionado pela pesquisadora em decorrência das discussões realizadas no curso de Biblioteconomia, nas quais foi constantemente enfatizada a importância da verificação das informações consumidas e disseminadas. Com base nessa perspectiva, optou-se por aliar os conhecimentos adquiridos ao longo da formação acadêmica às vivências pessoais

como usuária do TikTok durante o período da pandemia. Ao consumir as informações disseminadas na plataforma, observou-se uma quantidade significativa de vídeos evidentemente baseados em inverdades, os quais acumulavam um elevado número de curtidas, comentários e compartilhamentos, sem qualquer identificação que indicasse a veracidade ou a falsidade das informações veiculadas. Diante da avalanche de desinformações relacionadas à COVID-19, e com o intuito de esclarecer e desmentir tais inverdades, o TikTok anunciou, em fevereiro de 2021, uma parceria com a Fiocruz, Instituto Butantan, Organização das Nações Unidas (ONU) e organizações do Todos pelas Vacinas visando a implementação de medidas eficazes para o combate à disseminação de notícias falsas. Diante disso, a relevância da análise proposta consiste na compreensão, por meio da análise dos vídeos da plataforma, dos fatores que motivaram os usuários a buscar informações sobre a COVID e temas correlatos no TikTok, bem como na reflexão sobre o papel dos bibliotecários como aliados na verificação dos fatos e no combate a desinformação nas redes sociais.

O trabalho encontra-se organizado em seções. Na primeira faz-se esta introdução, na segunda mostra-se o fenômeno da infodemia, bem como as concepções e o uso das fake news no Brasil, além os impactos destas e o fenômeno da desinformação. Na terceira seção, aborda-se sobre o aplicativo TikTok, bem como seu surgimento e a como as informações foram disseminadas na plataforma no período da pandemia, a quarta seção trata-se do uso do TikTok como fonte de informação na pandemia e como os bibliotecários podem ser aliados no combate à desinformação disseminada. Na quinta seção aborda-se a metodologia, na sexta os resultados e discussões dos vídeos analisados, e, por fim a conclusão e as referências.

2 O FÊNOMENO DA INFODEMIA

O excesso de informações disseminadas a cerca de um tema é caracterizado infodemia, que segundo a Organização Pan-Americana da Saúde - OPAS e a Organização Mundial da Saúde - OMS, (2020, p. 2): “[...] refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico [...]”. Esse fenômeno¹ envolve, conforme argumentam Garcia e Duarte (2020), não somente a proliferação de conteúdos, mas também a manipulação intencional das informações com o propósito de distorcer a verdade. Com o advento e expansão das redes sociais, essa prática de disseminação de informações falsas, tornou-se significativamente mais fácil e rápida, o bombardeio de informações tornou difícil distinguir quais são verídicas e quais não são.

Conforme Garcia e Duarte (2020, p. 1):

O excesso de informações, muitas vezes conflitantes, torna difícil encontrar aquelas que são verdadeiramente úteis para orientar as pessoas [...]. Ademais, o constante bombardeio de informações que alcança as pessoas por diversos meios e mídias (como televisão, rádio, computador, *tablets*, *smartphones*, jornais impressos e eletrônicos, *blogs*, mídias sociais, aplicativos de conversas) acaba por sobrecarregá-las.

Durante e após a pandemia de COVID-19, por exemplo, a quantidade de informações, muitas vezes provenientes de fontes não confiáveis, sobrecarregou os usuários das redes sociais. De acordo com a OPAS e a OMS (2020, p. 2):

[...] a busca por atualizações sobre a COVID-19 na Internet cresceu de 50% a 70% em todas as gerações. Em uma pandemia, a desinformação pode prejudicar a saúde humana. Muitas histórias falsas e enganosas são inventadas e compartilhadas sem que se verifique a fonte nem a qualidade. Grande parte dessas desinformações se baseia em teorias conspiratórias; algumas inserem elementos dessas teorias em um discurso que parece convencional. [...] A desinformação pode circular e ser absorvida muito rapidamente, mudando o comportamento das pessoas e possivelmente levando-as a correr riscos maiores.

A sobrecarga de informações, exacerbada pela disseminação massiva nas mídias sociais, teve um impacto significativo na saúde mental de muitos indivíduos durante a

¹**NOÇÃO DE FENÔMENO** – é um acontecimento notável, trata-se portanto de um evento peculiar que se destaca pela relevância do observador. A palavra fenômeno tem origem no latim “*phaenomenon*” e significa qualquer manifestação que tem significado na consciência de alguém que é objeto de sua percepção.

[...] também pode significar algo extraordinário ou surpreendente, por exemplo um animal bizarro ou uma pessoa notável dentro dos padrões convencionais [...].

pandemia, comprometendo, em consequência, sua saúde física. Esse comprometimento decorre do fato de que transtornos mentais afetam o corpo como um todo, o que dificulta a realização de atividades cotidianas. Além do elevado volume de informações disseminadas de maneira descontrolada, outro fator agravante foi a propagação das fake news. Durante a pandemia, a ausência de controle sobre o que era publicado nas redes sociais, que permanecem “livres” para a publicação de qualquer conteúdo, contribuiu substancialmente para que a infodemia amplificasse os efeitos da pandemia.

Para mitigar esse fenômeno, Garcia e Duarte (2020) mencionam que, em julho de 2020, a OMS estabeleceu quatro pilares para a gestão das infodemias: monitoramento das informações; fortalecimento da alfabetização em saúde digital e ciência; incentivo a processos de qualidade das informações; e tradução precisa e oportuna do conhecimento. Adicionalmente, a OMS implementou estratégias de comunicação com plataformas de redes sociais como Instagram, Facebook e TikTok, com o intuito de excluir conteúdo falsos e disponibilizar um espaço para a promoção de informações precisas e provenientes de fontes confiáveis. De fato, essa colaboração ocorreu. Como exemplo, o TikTok firmou parcerias com a Organização das Nações Unidas (ONU), a Organização Todos Pelas Vacinas, o Instituto Butantan e a Fiocruz para combater a desinformação sobre a COVID-19.

Entretanto, mesmo após quatro anos desde o início da pandemia, ainda é possível encontrar na plataforma vídeos virais que claramente contém fake news e que não possuem qualquer tipo de sinalização que informe sobre a veracidade do conteúdo. A ausência de critérios padronizados para a verificação das informações disseminadas nas redes, torna o processo de gestão informacional ainda mais desafiador, o que para os bibliotecários é um problema, pois diante da grande quantidade de informações, fica trabalhoso para identificar, classificar e disseminar conteúdos verídicos.

2.1 Fake News: concepções e uso no Brasil

Nos últimos anos, a expressão “*fake news*” tem sido amplamente discutida, especialmente o seu uso no contexto político. Com o advento das redes sociais e a democratização do acesso à internet, a informação tornou-se mais acessível. Todavia, essa facilidade de acesso resultou em um aumento significativo na disseminação de notícias falsas. As fake news se propagaram com mais facilidade e maior rapidez em virtude do seu conteúdo chamativo e carregado de apelo emocional.

Elas não são uma novidade, existem há séculos. Conforme citado por Mereles e Moraes (2017), o historiador Robert Darnton em entrevista para a Folha de São Paulo, contou que Procópio, historiador bizantino do século VI, escreveu um texto intitulado *Anekdotia*, e nesse texto Procópio divulgou diversas informações falsas que prejudicaram significativamente a reputação de vários outros imperadores. Esse exemplo histórico se assemelha a muitos casos atuais de fake news, especialmente no contexto de campanhas políticas globais.

Neves (2019), aponta que as fake news são criadas com propósito de enganar leitores e usuários em relação à veracidade das informações. Segundo, o professor titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), Eugênio Bucci para o site do Tribunal Regional Eleitoral de Goiás (2023), as fake news são notícias que parecem jornalísticas, mas não são, elas são notícias disfarçadas que se espalham facilmente através das redes sociais que por sua vez contribuem para a divulgação desses enunciados.

Esses conteúdos são disseminados de forma estratégica, visando atrair o público alvo específico, com o intuito de obter vantagens financeiras e políticas. O processo de propagação das fake news, como mencionado, tornou-se significativamente mais rápido e acessível com a chegada da Internet. Esse fenômeno foi intensificado com o surgimento das redes sociais, onde a informação é transmitida em tempo real e, em questão de segundos, pode ser difundida globalmente, independentemente de sua veracidade. No contexto das mídias tradicionais do passado, como jornais impressos, revistas e programas televisivos, a verificação dos fatos ocorre de forma rigorosa antes da disseminação da informação ao público. Consequentemente, devido à ausência frequente de um processo de verificação das informações disseminadas por meio das redes sociais, essas notícias são frequentemente compartilhadas de forma mais rápida.

No Brasil, a disseminação de notícias falsas é comum em anos eleitorais. Por exemplo, as eleições de 2014, conforme citado por Dourado (2020), foram marcadas por uma proliferação de informações enganosas, entre essas circulou a alegação de que as urnas não estavam computando votos para o candidato Aécio Neves, que concorria à presidência contra a candidata Dilma Rousseff. Dessa forma, tanto naquele ano quanto em todos os anos seguintes até os dias atuais, as fake news continuaram a surgir seja no contexto político, na saúde ou em qualquer outra esfera.

Conforme Barboza e Servidoni (2021, p. 171):

As fake news podem trazer implicações à sociedade ao influenciarem negativamente tomada de decisões democráticas, seja pela falta de informações corretas ou pela difusão de conteúdos com intuito de prejudicar outras pessoas. As disseminações de inverdades além de ocasionar danos sociais também podem prejudicar a saúde pública.

Durante a pandemia de COVID-19, por exemplo, foram disseminadas diversas informações falsas sobre medicamentos, tratamentos, vacinação, medidas de proteção, entre outros. A divulgação dessas notícias, além de propagar medo e desinformação para a sociedade, levaram muitas pessoas a fazerem uso de medicamentos que não eram cientificamente comprovados para o tratamento da doença, assim como a resistência, de uma parcela da população, em tomar as doses das vacinas, o que acabou por atrapalhar o trabalho de quem buscava a contenção da doença.

Assim como na política e na saúde, as fake news podem prejudicar também áreas como a cultura, ao distorcer fatos históricos, modificar o entendimento público sobre tradições culturais, costumes etc., na economia, ela pode influenciar na reputação de empresas por exemplo e na educação sua influência afeta diretamente no desenvolvimento de uma sociedade crítica e informada. São inúmeros os casos de fake news que são divulgadas diariamente, e estas cooperam para que as pessoas suspeitam da veracidade das informações assim como da intenção das fontes por onde essas notícias são disseminadas, difundindo assim um clima de desconfiança na sociedade.

Eliana Passarelli, secretária de Comunicação do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo, para o site do Tribunal Regional Eleitoral de Goiás (TRE-GO), comenta sobre a fake news, ela aponta que esse termo “[...] é uma das formas de desinformação”, e que sua principal característica é a disseminação via redes sociais. Ao contrário do que muitos pensam, fake news não é a mesma coisa que desinformação, eles são termos que podem ser facilmente confundidos. A desinformação segundo o professor Bacci, para o TRE-GO, confirmando o que Passarelli afirma, é o resultado das fake news, ela cria um ambiente onde é difícil encontrar as informações verdadeiras, ou seja, as informações propagadas pelas fake news, boatos, teorias da conspiração são um tipo de desinformação que é o conceito mais amplo que inclui essas formas de informações falsas e enganosas.

2.2 Impactos da Disseminação de Fake News e Desinformação

As redes sociais durante a pandemia, desempenharam um papel importante ao conectar pessoas e fornecer informações acerca da Covid-19. No entanto houve preocupações em relação às fake news e a desinformação, e consequentemente os impactos destas na sociedade.

De acordo com Villela, Gonçalves e de Paula (2023, p. 224), as redes sociais contribuem:

[...] na troca de conhecimento e mobilizações coletivas, ao mesmo passo em que favorecem a circulação de conteúdo sem qualquer tipo de curadoria e filtro quanto a origem e intencionalidade (boa ou má). [...] a coexistência de uma pandemia e de lideranças nacionais com postura negacionista e base de apoio fanática, fez com que as fake news e a desinformação ocupassem e borbulhassem os canais digitais.

Segundo Ferreira, Lima e Souza (2021), devido ao grande volume de informações, mais notícias falsas foram divulgadas ocasionando assim, uma desordem na disponibilidade de informações confiáveis. Ainda conforme os autores, as fake news: “[...] apresentam-se como instrumento de manipulação em massa, muito utilizada para obter vantagens em conflitos sociais, políticos e econômicos, principalmente, em situações que fragilizam a capacidade humana de discernimento” (Ferreira; Lima e Souza, 2021, p. 33).

Quanto a desinformação, os autores citam que as: “Fake news, ao incorporarem o teor falso do conteúdo e a intenção danosa do sujeito, se identificam com a desinformação” (Ferreira; Lima e Souza, 2021, p. 34), ou seja, a desinformação caracteriza-se pela divulgação de conteúdos falsos com a intenção de causar prejuízo. Isso é observado, por exemplo, durante o período eleitoral, quando informações são criadas para prejudicar a imagem de um candidato ou partido.

As fake news e a desinformação representaram um desafio significativo durante a pandemia da Covid-19, a disseminação de informações incorretas sobre o vírus, tratamentos e medidas de proteção, destacou a importância da verificação dos fatos e da conscientização sobre fontes confiáveis, no intuito de combater a propagação de informações danosas.

Conforme mencionado por Ferreira, Lima e Souza (2021), o vírus se espalhou rapidamente, assim como as informações nas mídias sociais. Diariamente éramos bombardeados por notícias relacionadas à Covid-19, muitas delas contendo teorias e informações falsas, o que gerou uma reação de desespero nas pessoas, levando ao esgotamento de materiais de limpeza, produtos de higiene como álcool em gel, medicamentos e à compra

excessiva de alimentos, sendo essa última, “[...] logo desmentida pelos comunicólogos informando que não haveria problema com o abastecimento desses itens” (Souza, 2021, p. 21).

Segundo Galhardi *et al.* (2020, p. 4208):

Ao analisar o fenômeno das fake news em saúde durante a pandemia, é possível afirmar que a disseminação de notícias falsas contribui para o descrédito da ciência e das instituições globais de saúde pública, bem como enfraquece a adesão da população aos cuidados necessários de prevenção, ao lidar com a epidemia.

A propagação de fake news e desinformação resultou em uma atmosfera de pânico e ansiedade na sociedade, o que afetou negativamente o bem estar emocional das pessoas, o medo acabou por comprometer a adesão às medidas preventivas, como o distanciamento social e o uso de máscaras. Além disso, a confiança nas instituições de saúde e também governamentais sofreram impactos com a disseminação de notícias falsas e desinformação, o que resultou na perda da confiança do público, diminuindo a capacidade delas de liderar uma resposta eficiente à pandemia.

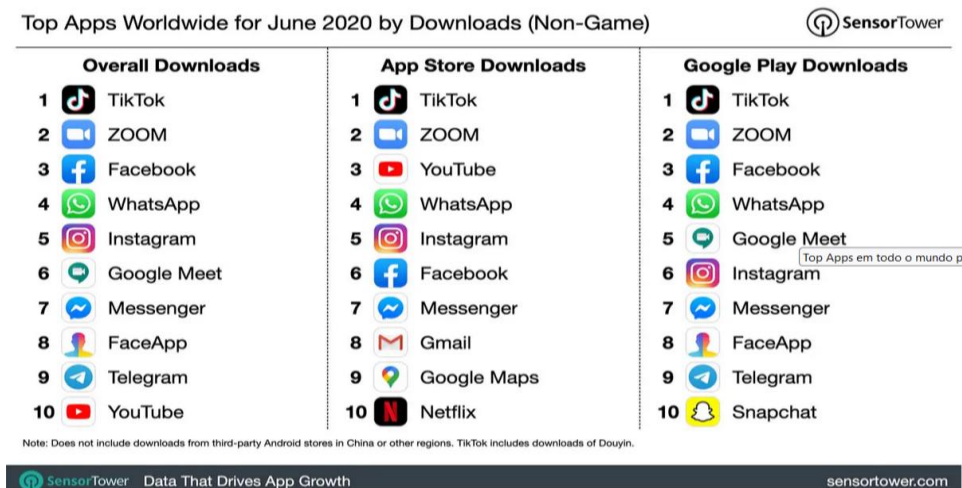
A pandemia tornou-se um terreno fértil para teorias conspiratórias alimentadas pelas falsas notícias e desinformação, Pennycook *et al.* (2020), relatam que as desinformações do tipo as que eram disseminadas na pandemia, como a de que o óleo de coco matava o vírus da Covid, por exemplo, pode levar escolhas que podem ser prejudiciais à saúde, como o uso de remédios sem eficácia. Além do uso inadequado de medicamentos, essas teorias prejudicaram também a questão da recusa das vacinas e da cooperação social, necessária para o combate da propagação do vírus.

Os impactos da disseminação das fake news e desinformação durante o surto da Covid, foram para além do compartilhamento de informações incorretas, eles, afetaram a saúde mental, a confiabilidade nas instituições, as tomadas de decisões e a cooperação social enfraquecendo os esforços para lidar com os desafios causados pela pandemia.

3 TIKTOK: da criação ao encanto do público

O TikTok, fruto da incorporação dos aplicativos chineses Musical.ly e Douyin pela empresa ByteDance em 2017, conforme Chan (2020) para a plataforma Sensor Tower, consolidou-se como o aplicativo não relacionado a jogos mais baixado em junho de 2020, conforme a figura 1. E, nos anos subsequentes, 2021 e 2022, de acordo com Blacker (2022, 2023) manteve-se na liderança global, sendo o aplicativo mais baixado no mundo por dois anos consecutivos, de 2021 a 2022, alcançando milhões de downloads, como mostram nas figuras 2 e 3.

Figura 1 - Principais aplicativos mais baixados no mundo em junho de 2020 (não-jogo).



Fonte: Chan (2020) – sensortower.com

Figura 2 – 10 aplicativos mais baixados em 2021 no mundo

10 Most Downloaded Apps in 2021					
Worldwide					
#1		TikTok 656M (-22.8%)	#6		Snapchat 327M (16%)
#2		Instagram 545M (8%)	#7		Zoom 300M (-37.1%)
#3		Facebook 416M (-23%)	#8		Messenger 268M (-33.7%)
#4		WhatsApp 395M (-34.2%)	#9		CapCut 255M (230%)
#5		Telegram 329M (29%)	#10		Spotify 203M (4%)
Outsmart your competition with app intelligence from apptopia.com					
					

Fonte: Blacker (2022) – apptopia.com

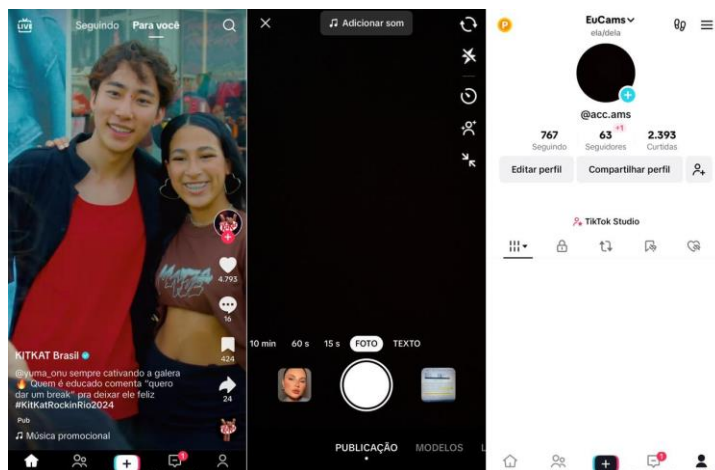
Figura 3 - 10 aplicativos mais baixados em 2022 no mundo

10 Most Downloaded Apps in 2022					
Worldwide					
1		TikTok 672M	6		Telegram 310M
2		Instagram 548M	7		Subway Surfers 304M
3		WhatsApp 424M	8		Facebook 298M
4		CapCut 357M	9		Stumble Guys 254M
5		Snapchat 330M	10		Spotify 238M
Outsmart your competition with app intelligence from apptopia.com					
					

Fonte: Blacker (2023) – apptopia.com

O aplicativo se estrutura como uma rede social onde seus usuários compartilham vídeos com até dez minutos, ele disponibiliza o uso de ferramentas de edição como: *gifs*, efeitos, legendas, trilhas sonoras, filtros diversos e muitos outros recursos, ainda podemos encontrar os mais variados tipos de conteúdo, desde coreografias virais, dicas diversas, culinária, informações jornalísticas, dublagens e muitos outros (TikTok, s.d.). Alguns desses conteúdos despertam a participação dos seus usuários, na intenção de tornar virais os seus vídeos, o que consequentemente atrai mais público para a plataforma.

Figura 4 - Interfaces do Tiktok



Fonte: elaborado pela autora (2024)

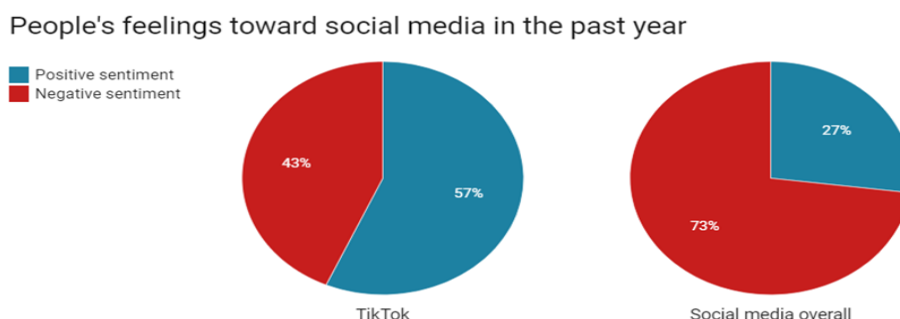
A funcionalidade explorar ou “para você” no aplicativo, desempenha um papel importante ao impulsionar a viralização do conteúdo, o que contribui para o crescimento da plataforma, segundo o jornalista e autor do livro “TikTok Boom” Stokel-Walker, em entrevista para o site da revista Veja, o algoritmo do TikTok usa o chamado “gráfico de conteúdo”, que leva em consideração o que já assistimos, em vez de um “gráfico social”, que leva em conta os perfis que seguimos, ou seja, os vídeos sugeridos aos usuários são alinhados com o tipo de conteúdo que eles costumam consumir, facilitando assim a disseminação de um vídeo, mesmo quando produzido por alguém pouco conhecido.

Para além das apreciações nos vídeos, os usuários têm a possibilidade de obter incentivos por intermédio do programa interno do aplicativo, o TikTok Bônus. Isso é viabilizado mediante a execução de tarefas, compartilhamento de links, criação de vídeos com sons sugeridos e a realização de transmissões ao vivo, as *lives*. Essa estratégia contribui significativamente para tornar o aplicativo mais popular e atrativo. Além disso, o crescimento da plataforma pode ser entendido pelo interesse específico dos usuários em determinados temas. De acordo com Fisher (2020), as pessoas tendem a buscar conteúdos mais leves e animados em vez de assuntos relacionados a crimes reais ou suspenses. Essa preferência acentuou significativamente no contexto da pandemia de coronavírus.

O crescimento de usuários, segundo Fernandes (2021), conforme delineado por Debra Aho Williamson, analista da eMarketer, revelou-se mais proeminente no TikTok em comparação a outras plataformas. E esse fenômeno pode ser atribuído, em parte, como uma resposta à percebida negatividade do Facebook, incluindo divergências acentuadas a disseminação descontrolada de desinformação. Isso pode ser retratado no gráfico abaixo

elaborado por Molla (2021), em seu artigo “*Posting less, posting more, and tired of it all: How the pandemic has changed social media*”, que demonstra o sentimento das pessoas em relação às mídias sociais no ano de 2020:

Figura 5 - Sentimentos das pessoas em relação às mídias sociais no ano de 2020



Fonte: Molla (2021)

Consoante evidenciado na Figura 5, verifica-se que em comparação com outras plataformas de mídia social, as referências sentimentais em relação ao TikTok foram predominantemente positivas, ao passo que, em 2020, outras mídias em geral foram associadas com maior frequência a aspectos negativos. Os usuários atribuíram preferência pelo TikTok à sua percepção de ser uma plataforma que transmite uma atmosfera mais leve quando comparada ao Facebook, por exemplo.

3.1 Entretenimento informativo no TikTok: os segredos do sucesso

Com o surgimento da Covid-19 e consequentemente das medidas de distanciamento social estabelecidas por autoridades de saúde pública e governos de todo o mundo, baseadas em orientações de organizações de saúde como a OMS, as pessoas tiveram que adaptar suas práticas de busca e consumo de informações. Diante de uma infodemia, as pessoas tiveram que saber identificar quais fontes eram confiáveis, quais não, a utilização das mídias sociais foi uma das práticas mais usadas para o consumo de informações durante o período pandêmico, as pessoas recorreram a elas para manter-se informadas, compartilhando notícias e suas experiências.

Dentre as redes sociais, o TikTok tornou-se popular no compartilhamento de informações durante a pandemia, isso se deu devido a sua forma de compartilhamento rápido e fácil por meio dos vídeos de curta duração, segundo Vieira (2020), o CEO da agência de

influenciadores IWM Agency, Murilo Oliveira, destaca dois fatores podem ter contribuído para o sucesso da plataforma. O primeiro consiste na possibilidade de criação de conteúdos divertidos, usando várias ferramentas de edição que a plataforma oferece, conforme a Figura 6, e o segundo é o uso da inteligência artificial para apresentar aos usuários os conteúdos que mais lhe interessam.

Figura 6 - Print da tela da câmera do TikTok



Fonte: elaborado pela autora (2023)

Quanto a inteligência artificial, e também o uso dos algoritmos, são utilizados para personalizar a experiência do usuário, uma vez que eles são usados para corresponder os interesses e preferências do mesmo, o feed “#ParaVocê”, no TikTok, possibilita a conexão entre as pessoas e a descoberta de conteúdos de acordo com seu usuário, conforme mostrado abaixo na Figura 7.

Figura 7 - Compilado de prints do TikTok de matérias sobre a investigação do influencer Renato Cariani



Fonte: elaborado pela autora (2023)

De acordo com TikTok (2020):

Quando uma pessoa abre o TikTok e acessa o feed **#ParaVocê**, ela recebe um fluxo de vídeos com curadoria de seus possíveis interesses, facilitando assim a localização de conteúdo e criadores de sua preferência. Parte da mágica do TikTok é que enquanto pessoas diferentes podem encontrar alguns dos mesmos vídeos de destaque, o feed de cada pessoa é único e adaptado a esse indivíduo específico.

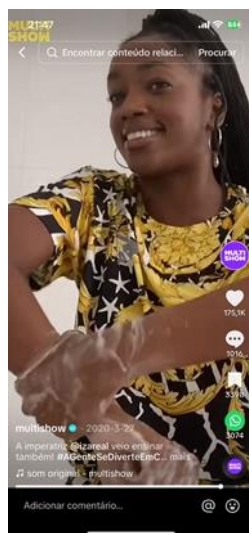
O sistema do TikTok recomenda os conteúdos de acordo com alguns fatores, são eles:

- Interações do usuário, como vídeos que você gosta ou compartilha, contas que o usuário segue, comentários publicados e conteúdos criados.
- Informações de vídeo, que podem incluir detalhes como legendas, sons e hashtags.
- Configurações de dispositivo e conta, como preferência de idioma, configuração de país e tipo de dispositivo. Esses fatores são incluídos para garantir que o sistema seja otimizado para uma melhor performance, mas eles recebem um peso menor no sistema de recomendação em relação a outros pontos de dados medidos pelo TikTok, pois os usuários não os expressam ativamente como preferências (TikTok, 2023).

No contexto da disseminação de informações durante a pandemia, esses fatores revelaram-se significativos, uma vez que o aumento do consumo de conteúdo relacionado à pandemia influenciava diretamente a presença de temas relacionados no feed. Isso levava em consideração a interação dos usuários por meio de ações como curtidas, favoritamentos, comentários e compartilhamentos em relação aos vídeos. A busca por entretenimento, conexão e informação, fez com que o TikTok oferecesse de maneira dinâmica, um espaço onde seus usuários pudessem expressar ideias, compartilhar dicas e divulgar informações de modo mais envolvente, tornando-o assim, uma plataforma importante na busca por informações.

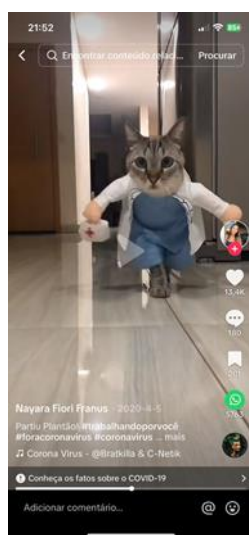
Na pandemia, a plataforma firmou parceria com a OMS, o que ocasionou no desafio “#MãosSeguras”, que consistia em incentivar os hábitos de higiene a fim de combater a propagação do vírus da Covid-19. O desafio, segundo Vieira (2020), alcançou mais de 4 bilhões de visualizações, e contou com a participação de muitas celebridades conhecidas, outra hashtag levantada, foi a “#TrabalhandoPorVocê”, que visava incentivar os usuários a mostrar sua gratidão pelos profissionais que atuaram na linha de frente durante a pandemia.

Figura 8 - Print de tela do TikTok do Multishow com a cantora Iza divulgando a campanha #MãosSeguras



Fonte: elaborado pela autora (2023)

Figura 9 - Print de tela de conteúdo criado para a campanha #TrabalhandoPorVocê



Fonte: elaborado pela autora (2023)

Além dos desafios baseados em hashtags, o TikTok firmou parceria com o projeto Live X Live, e lançou o Music Lives, que consistia na transmissão ao vivo de shows com a finalidade de incentivar os usuários a ficarem entretidos em casa, o festival aproveitou o engajamento das transmissões ao vivo e apresentou programas com principais especialistas da área da saúde, que abordavam conhecimentos sobre bem-estar, cuidados pessoais e atenção à saúde, visando informar os usuários durante o período pandêmico.

4 A PANDEMIA DA SARS-CoV-2: a (des)informação e o papel do(a) Bibliotecário(a)

Recuero (2012) em seu artigo “A rede é a mensagem”, aborda o conceito de “cascatas”, nele ela refere-se como as mensagens se espalham pelas redes sociais, onde cita: “Cascatas informativas podem ser positivas, quando trazem uma informação relevante para um determinado grupo de atores, ou negativas, quando a informação é falsa”. Neste cenário, percebemos que a disseminação correta das informações é crucial, pois quando uma informação é falsa ou enganosa, pode ocasionar em uma disseminação de informações incorretas.

Durante a pandemia, a busca incessante por informação intensificou-se, isso se deu pelo motivo de que estávamos vivendo algo completamente novo e desconhecido. Na busca por conhecimento, o TikTok surgiu como uma plataforma onde não só as pessoas se conectam e se divertem, mas também ele desempenha o papel de um noticiário informal, pois na época da pandemia, até os dias atuais, pessoas compartilham e buscam informações sobre assunto, utilizando assim a plataforma como uma fonte de informação.

Conforme Rodrigues e Blattmann (2014, p. 10), as fontes de informação são tudo que: “[...] gera ou veicula informação. Pode ser descrita como qualquer meio que responda a uma necessidade de informação por parte de quem necessita, incluindo produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, meios digitais, *sites* e portais”. Por mais que o TikTok tenha se tornado uma plataforma voltada ao compartilhamento de vídeos curtos, criativos, é importante abordar com cuidado seu uso como fonte de informação, o modo que seus conteúdos, muitas vezes não verificados, se espalham e viralizam podem resultar em informações incompletas e imprecisas, portanto é de suma importância a verificação dos fatos por meio de fontes confiáveis, para garantir uma informação verídica.

4.1 O(A) Bibliotecário(a) como aliados (as) na verificação de fatos e combate à desinformação

A disseminação de informações durante a pandemia de Covid-19 trouxe desafios significativos para a sociedade. A grande quantidade de informações, tanto verdadeiras quanto falsas, geradas e disseminadas pelas redes sociais, resultou no fenômeno da infodemia, o que tornou um desafio para os usuários dessas redes, discernir quais eram os conteúdos confiáveis, quais não. Nesse contexto, o papel dos bibliotecários como aliados na verificação dos fatos e no combate a disseminação de desinformação, tornou-se cada vez mais importante, onde segundo Santos (2022, p. 62), esse profissional:

[...] mediante as constantes transformações tecnológicas, precisou se aprimorar e abrir caminhos para outros saberes e fazeres, o que lhe proporcionou o desenvolvimento de novas habilidades com viés de aprimorar quanto ao tratar das informações e os métodos para a mediação ao usuário.

Historicamente os bibliotecários são conhecidos por serem guardiões do conhecimento, Tauly (2016) expõe que essa denominação surgiu porque eles faziam a função de salvaguarda dos registros, como pergaminhos, rolos de papiro e tabletes de argila. Além de atuarem na gestão de documentos do acervo, realizar curadoria de fontes confiáveis, organizar sistemas de informação, com o avanço da tecnologia e o grande consumo de informações, os bibliotecários tiveram que desenvolver competências para atuar nesse ambiente, e consequentemente lidar com problemas referente as fake news e desinformação.

Como aspecto crucial dessa nova atuação do bibliotecário, podemos citar a literacia informacional, termo preconizado em 1974 pelo bibliotecário Paul Zurkowski, trata-se da capacidade do indivíduo de localizar, avaliar e utilizar as informações de maneira correta. Sendo assim Silva e Cardoso (2020, p. 4), expõem que: “A pessoa letrada em informação [...] conhece técnicas e habilidades para usar ferramentas informacionais, a fim de encontrar soluções para a resolução dos problemas”.

Dessa maneira, conforme Santos (2022, p. 63), “[...] faz-se necessário que o bibliotecário tenha um papel ativo na educação de seus usuários, visando que desenvolvam a sua própria autonomia mediante a checagem dos conteúdos que consomem, especialmente nas mídias sociais”.

Ao promover a literacia informacional, os bibliotecários, além de ajudar a combater a desinformação, também estarão contribuindo para o desenvolvimento de uma sociedade mais crítica, atenta e seletiva, prevenindo assim a disseminação de conteúdos falsos e desinformativos.

Com o advento das tecnologias da informação, os bibliotecários tiveram que ir além dos conhecimentos especializados da função. Além de desenvolverem habilidades e conhecimento no uso das tecnologias, Orelo e Cunha (2013), apontam que a competência informacional também teve que ser desenvolvida para atender as necessidades dos seus usuários. Entende-se por competência informacional segundo Araújo e Inomata (2021, p. 2): “[...] capacidade de identificar as necessidades da informação, ter conhecimento sobre as fontes de informação e saber recuperar as informações, culminando no bom uso destas”. Onde, conforme Orelo e Cunha (2013), seu objetivo é que os usuários façam o uso eficiente da informação.

Além da literacia informacional, uma competência que se destaca no uso das mídias sociais e suas ferramentas é a alfabetização midiática (Santos, 2022), termo que foi unificado à alfabetização informacional pela UNESCO, formando um único conceito (WILSON et al., 2013). Com a crescente disseminação de desinformação e fake news, a alfabetização midiática pode auxiliar bibliotecários e usuários na compreensão, análise e verificação das informações disseminadas na internet e outras mídias.

Nesse contexto, a AMI (Alfabetização Midiática Informacional) capacita os usuários a desenvolverem habilidades que permitem uma utilização crítica das informações, englobando competências como auto expressão, liberdade de expressão, diálogo intercultural e participação democrática. Além disso, a AMI também facilita o processo de localizar, avaliar e produzir informações de forma crítica e responsável (GRIZZLE et al., 2016).

O desenvolvimento de habilidades para verificação de informações deve ser constantemente incentivado pelos bibliotecários junto aos usuários, considerando o vasto volume de conteúdo desinformativos e fake news. Ademais, é fundamental que o bibliotecário promova o pensamento crítico dos usuários, contribuindo assim, para a interrupção do processo de desinformação.

5 METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa, foi necessário seguir uma estratégia metodológica sólida e criteriosa que correspondesse aos objetivos geral e específicos, sendo eles: identificar na plataforma TikTok a postagem de conteúdos relacionados à COVID-19 durante o período pandêmico, com ênfase na análise de postagens que envolvem desinformação e fake news acerca da doença, e como específicos: Identificar, por meio das hashtags predefinidas pela pesquisadora e associadas ao tema COVID-19, a veracidade dos vídeos; categorizar as postagens como informativas, desinformativas; mapear os tipos mais recorrentes de desinformação sobre a doença na plataforma, conforme as hashtags predefinidas e, examinar os mecanismos de verificação e controle de desinformação e fake news empregados pelo TikTok em relação aos conteúdos vinculados à COVID-19. A abordagem adotada para este estudo visa não só responder as questões levantadas, mas tecer considerações de como a plataforma lidou com a disseminação de desinformação e fake news durante a pandemia de COVID-19? Quais ações foram adotadas para combater essas falsas notícias?

Os procedimentos metodológicos do estudo para coleta de dados, foram realizados por meio da pesquisa bibliográfica sobre o tema e da mineração da própria plataforma TikTok para coleta do material a ser analisado. Esta pesquisa adota, ainda, uma abordagem quali-quantitativa, ou mista, onde conforme Creswell e Plano Clart (2011 *apud* Paranhos *et al.*, 2016, p. 391), consiste como: “[...] um procedimento de coleta, análise e combinação de técnicas quantitativas e qualitativas em um mesmo desenho de pesquisa”. Ela mescla tanto os métodos qualitativos, quanto os quantitativos.

Quanto ao método quantitativo Prodanov e de Freitas (2013, p. 69) citam que: “[...] considera tudo que é quantificável, o que significa traduzir em números, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. ” Seguindo essa definição, Moreira e Caleffe (2006, p. 73), expõem que o método quantitativo: “[...] explora as características e situações de que os dados numéricos podem ser obtidos e faz uso da mensuração e estatísticas”.

Quanto ao método qualitativo, Mineiro, Silva e Ferreira (2022, p. 207), apontam que: “[...] A pesquisa qualitativa consiste em uma abordagem de investigação que considera a conexão do sujeito com o mundo e suas relações [...]”. Moreira e Caleffe (2006, p. 73), trazem o conceito de que o método qualitativo: “[...] explora as características dos indivíduos e cenários que não podem ser facilmente descritos numericamente”. Portanto, o método qualitativo difere-

se do quantitativo por usar dados descritivos e não estatísticos. Prodanov e Freitas (2013), citam que a utilização dessas abordagens na pesquisa vai depender dos interesses do pesquisador e do tipo de pesquisa que será desenvolvida, podendo assim, serem utilizados ambos os métodos ou apenas um.

A abordagem mista adotada neste estudo, foi adotada para proporcionar uma análise mais completa e aprofundada dos vídeos selecionados, relacionados ao tema Covid, na plataforma TikTok. Foram avaliadas métricas como, curtidas, comentários e compartilhamentos para entender a popularidade e o alcance dos vídeos, assim como compreender quais os formatos de vídeos, tiveram o maior alcance na plataforma, além disso utilizou-se da análise de conteúdo. Técnica que permitiu a investigação detalhada dos conteúdos dos vídeos selecionados a partir das categorias (hashtags) utilizadas pela própria plataforma. Conforme Bardin (1977, p. 31) a análise de conteúdo representa “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações. ”, onde busca compreender criticamente o sentido claro ou oculto destas, ou seja, compreender para além dos seus significados imediatos.

A análise do conteúdo foi realizada em vídeos da aba “top” do TikTok postados no período de 2020 a 2022, os critérios para a pesquisa foram a partir de hashtags predefinidas correlacionadas aos temas pandemia e Covid, sendo elas: vacinas, medicamentos, tratamento, sintomas e formas de contágio, foram selecionados dez vídeos que apareceram de acordo com as palavras-chave específicas estabelecidas e que foram ordenados de acordo com a sua relevância. Nessa análise, foi incluída a interpretação e classificação das informações como, informativas ou desinformativas, utilizando da verificação através de fontes confiáveis e científicas, como por exemplo a Fiocruz. Para a organização dos dados de cada vídeo selecionado, foi elaborada uma tabela com as informações coletadas.

6 (DES) INFORMAÇÕES E FAKE NEWS NO TIKTOK: resultados e discussões

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos a partir da análise dos vídeos no TikTok. O estudo foi realizado diretamente na plataforma, usando métricas como número de curtidas, compartilhamentos e comentários, além da verificação da veracidade das informações transmitidas nos vídeos. Foram selecionados vídeos de acordo com os temas relacionados à Covid-19, estes ordenados por relevância conforme o algoritmo da plataforma. O intuito partiu de examinar as postagens relacionadas à doença durante o período pandêmico, dando ênfase naquelas que disseminam desinformação, a fim de compreender como esses conteúdos se propagam no TikTok.

Embora o conjunto de vídeos analisados não corresponda à totalidade, foi possível realizar uma análise significativa. Isso se deve ao fato de que muitos vídeos apresentavam conteúdos repetitivos, além de uma grande incidência de conteúdos irrelevantes para o escopo da pesquisa.

As análises iniciais focaram nos vídeos relacionados ao tema vacinas. Conforme ilustrado na tabela 1, observou-se que, embora os vídeos informativos apresentem dados verificados pela pesquisadora, através de fontes confiáveis como o Instituto Butantan e a ONU Brasil, um vídeo classificado como desinformativo (vídeo 10) teve grande impacto. Esse vídeo, no qual um homem simula convulsões alegando serem reações à vacina, conseguiu gerar uma significativa resposta e engajamento do público.

Tabela 1 - Covid Pandemia Vacina

COVID PANDEMIA VACINA						
VIDEO	ANO	Nº DE CURTIDAS	Nº DE COMPARTILHAMENTOS E COMENTÁRIOS	INFORMAÇÃO VERIFICADA	FONTE DE VERIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
1	2021	6150	358 e 242	Verdadeira	Instituto Butantan	Informativa
2	2022	531	48 e 29	Verdadeira	Gov.br	Informativa
3	2021	30	6 e 0	Verdadeira	ONU Brasil	Informativa
4	2021	242	14 e 6	Verdadeira	Instituto Butantan	Informativa
5	2021	321	205 e 321	Verdadeira	Metrópole Oficial	Informativa
6	2021	726	278 e 72	Verdadeira	Astrazeneca.com.br	Informativa
7	2022	144,5 mil	47,5 mil e 8.171	Verdadeira	Paho.org	Informativa
8	2021	250	46 e 9	Verdadeira	Metrópole Oficial	Informativa
9	2021	25,5 mil	475 e 245	Verdadeira	Drauziovarella.uol.br	Informativa
10	2020	4064	6539 e 249	Falsa	Gov.br	Desinformativa

Fonte: elaborado pela autora (2024)

O vídeo 10, mesmo trazendo uma informação falsa acerca da reação da vacina contra a Covid, obteve mais de 4 mil curtidas e quase 7 mil compartilhamentos, o que sugere que conteúdos com apelo sensacionalista reforçam teorias conspiratórias e tendem a gerar mais engajamento na plataforma, mesmo quando não são verificadas por fontes confiáveis. O título exibido no vídeo “*Reação da vacina do COVID-19*”, desperta a curiosidade do usuário incentivando-o a permanecer assistindo, o que, por sua vez, aumenta o número de visualizações.

O aumento de visualizações intensifica tanto o engajamento quanto a propagação do conteúdo desinformativo para um público ainda mais amplo. Esse fenômeno conhecido como *clickbait*, é um mecanismo que, de acordo com Silva (2022), tem como objetivo capturar a atenção do público, “[...] os clickbaits fornecem um enorme potencial de visibilidade e multiplicação de conteúdo negacionista e fake news [...]” (Silva, 2022, p. 20). Essa visibilidade acontece por meio de títulos apelativos, despertando a curiosidade dos usuários, o que resulta em um maior volume de acessos, ampliação do engajamento e, conseqüentemente, na disseminação do vídeo para um grande número de pessoas.

Seguindo na mesma linha do vídeo 10, o vídeo 7, classificado como informativo, apresenta o título inicial “*Moriremos com la vacuna del COVID?*” (Em tradução para o português: “Morreremos com a vacina do COVID?”). No vídeo, um médico desmente as declarações do Dr. Luc Montagnier, que afirma que as vacinas seriam responsáveis pela criação das variantes e que os anticorpos produzidos pela vacinação não evitariam o agravamento da condição do indivíduo ao ser infectado pelo vírus. Tais alegações são claramente falsas. De acordo com a OPAS (2023), as vacinas são altamente eficazes na prevenção de doenças, hospitalizações e óbitos causados pelo vírus. Embora não eliminem por completo a possibilidade de infecção, elas desempenham um papel fundamental na redução da transmissão, e por conta delas o número de mortes e de pessoas infectadas reduziu-se drasticamente, levando a OMS a declarar o fim da pandemia.

A expressiva quantidade de curtidas e compartilhamentos reflete o teor dos comentários, nos quais é possível identificar diversas pessoas afirmando que não desejam servir como “cobaias” para a vacina ou declarando que continuarão sem vacinar, alguns inclusive, expressam concordância com as declarações do Dr. Montagnier, ignorando completamente a explicação do médico presente no vídeo, que explica que a realidade é oposta ao que foi alegado por Montagnier. Com base nessa análise, é possível concluir que, ainda que o vídeo seja de natureza informativa, a presença de desinformação e a falta de atenção por parte dos usuários geram dúvidas significativas, que podem impactar negativamente tanto a percepção sobre a eficácia quanto a adesão à vacinação.

No que diz a respeito sobre medicamentos e tratamentos (tabela 2), a disseminação de desinformações é ainda mais prevalente. Dos 10 vídeos analisados, 7 foram identificados como veiculadores de conteúdo desinformativo. Informações incorretas como o uso de chás milagrosos, remédios caseiros (vídeos 6 e 9), foram amplamente disseminadas como tratamentos para a Covid-19, acumulando um número expressivo de curtidas e compartilhamentos.

Tabela 2- Covid Pandemia Medicamentos/Tratamentos

COVID PANDEMIA MEDICAMENTOS/TRATAMENTOS						
VIDEO	ANO	Nº DE CURTIDAS	Nº DE COMPARTILHAMENTOS E COMENTÁRIOS	INFORMAÇÃO VERIFICADA	FONTE DE VERIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
1	2022	61	0 e 0	Verdadeira	Gov.br	Informativa
2	2021	22	2 e 0	Falsa	Não foram encontradas fontes	Desinformativa
3	2022	21	8 e 0	Falsa	Medicina.ufmg.br	Desinformativa
4	2022	7.082	97 e 2.462	Falsa	Medicina.ufmg.br	Desinformativa
5	2021	690	178 e 690	Verdadeira	Butantan.gov.br	Informativa
6	2022	1.631	2.408 e 22	Falsa	Medicina.ufmg.br	Desinformativa
7	2022	3.320	527 e 45	Falsa	Medicina.ufmg.br	Desinformativa
8	2021	4.395	191 e 135	Verdadeira	Gov.br	Informativa
9	2021	10,7 mil	9.910 e 133	Falsa	Medicina.ufmg.br	Desinformativa
10	2020	2.083	1.734 e 57	Falsa	G1.globo.com	Desinformativa

Fonte: elaborado pela autora (2024)

“Devido ao caos e pânico social gerado pela corona vírus, logo a infodemia instalou-se, causando desinformação e trazendo o surgimento de novas Fake News, no que diz respeito aos fármacos” (Alves e Conduru, 2022, p. 9). No vídeo 10, é apresentado o uso do antiparasitário ivermectina, que assim como outros medicamentos, não obteve nenhum estudo que comprovasse a sua eficácia contra o tratamento da Covid (Alves e Conduru, 2022). Apesar de não haver comprovação científica acerca de sua eficácia no combate à doença, muitos indivíduos, nos comentários, afirmaram utilizar o referido medicamento como forma de tratamento, o que é de se causar preocupação, considerando que o uso inadequado de medicamentos pode acarretar prejuízos à saúde.

O vídeo 2, embora tenha recebido poucas curtidas, apresenta uma desinformação bastante peculiar. Nele, é promovido um tratamento para a Covid-19 no qual o paciente não precisa estar presente fisicamente no atendimento. Todo o processo ocorre de maneira remota (online), sendo inclusive, garantida uma eficácia de até 90% com a realização desse

procedimento. Trata-se de um tratamento baseado na terapia apométrica, que segundo Bastos (2009, p. 20), consiste em: “ [...] uma técnica espiritual utilizada para atender pacientes-assistidos com problemas espirituais e ou fisiológicos e psíquicos [...]”.

Contudo, em pesquisas realizadas na internet, não foram encontradas evidências que comprovem a eficácia de tal tratamento contra a doença, corroborando a ideia de Dourado *et al.* (2020), de que muitos sites, na maioria das vezes comerciais, sobretudo aqueles com fins comerciais, têm como objetivo o lucro por meio da venda de produtos ineficazes ou, como no caso em questão, de tratamento de caráter duvidoso. Dessa maneira, utilizam-se de informações sensacionalistas e apelativas para atrair pessoas, tendo como finalidade principal o lucro financeiro.

Apesar da natureza desinformativas dos vídeos, a quantidade de curtidas, compartilhamentos e comentários, na maioria das vezes, evidencia a propagação rápida e massiva das informações não verificadas, que provavelmente influenciaram comportamentos de risco na população durante a pandemia.

Referente aos vídeos sobre formas de contágio da Covid-19 (tabela 3), dos 10 vídeos analisados como informativos, e verificados, pela pesquisadora, por fontes confiáveis como o site do Governo Federal e Instituto Butantan, 6 seguiram diretrizes corretas de comunicação de saúde pública, fornecendo aos usuários informações verdadeiras sobre a pandemia e formas de contágio. Porém, o vídeo 7, apesar da informação verificada estar como “meme²”, ele classifica-se como um vídeo informativo, pois traz, de modo cômico, uma das formas de contágio do vírus.

Tabela 3 - Covid Pandemia Formas de Contágio

COVID PANDEMIA FORMAS DE CONTÁGIO						
VIDEO	ANO	Nº DE CURTIDAS	Nº DE COMPARTILHAMENTOS E COMENTÁRIOS	INFORMAÇÃO VERIFICADA	FONTE DE VERIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
1	2021	4.785	616 e 4.785	Verdadeira	Gov.br	Informativa
2	2020	2.215	52 e 8	Verdadeira	ONU Brasil	Informativa
3	2021	10	2 e 0	Verdadeira	Gov.br	Informativa
4	2020	4	0 e 0	Verdadeira	Gov.br	Informativa
5	2021	3.130	47 e 24	meme	-	Desinformativo
6	2021	5.748	129 e 275	Falsa (em partes)	Butantan.gov.br	Desinformativo

² O meme de Internet é uma expressão usada para descrever uma ideia/mensagem geralmente relacionado ao humor que se espalha via Internet usando imagem e vídeos.
Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Meme_\(Internet\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Meme_(Internet))

7	2020	122	8 e 5	memes	-	Informativo
8	2022	2.697	38 e 9	memes	-	Desinformativo
9	2022	14	5 e 14	Verdadeira	Cnnbrasil.com.br	Informativo
10	2020	512	134 e 63	Verdadeira	Gov.br	Informativo

Fonte: elaborado pela autora (2024)

O vídeo 10 apesar de ter sua informação verificada e ser classificado como informativo, inicia-se por um título apelativo, “*Contrair a Covid-19 é melhor do que se vacinar?*”, como mencionando anteriormente, títulos assim são denominados clickbait, e são usados nas redes sociais com objetivo de aumentar as visualizações e engajamento dos vídeos.

Apesar do vídeo conter informações verificadas, conforme confirmado pela fonte do Governo Federal, o título por si só, carrega um potencial de desinformação. Isso ocorre porque ao se deparar com o título, o usuário, em um primeiro momento, pode presumir que o conteúdo do vídeo corresponde à afirmação nele apresentada. Muitas vezes, esse mesmo usuário, sem sequer compreender o tema abordado, acaba por compartilhar o vídeo, o que gera maior engajamento e visibilidade independentemente da veracidade do conteúdo.

Alves e Maciel (2020), expõem em seu artigo a questão da alfabetização digital, que objetiva a desenvolver, nas crianças, o senso crítico e questionar o valor das notícias que recebem. Tal abordagem, se fosse mais trabalhada, não só com as crianças, mas com jovens e adultos, poderia evitar a má interpretação dos conteúdos disseminados nas redes, ainda mais relacionados à saúde pública. A utilização de títulos apelativos, podem afetar negativamente na compreensão do usuário mesmo quando a informação é verídica.

Os vídeos 5,6, e 8, classificados como desinformativos, utilizaram o formato de memes para transmitir a mensagem. Ao passo que a utilização de memes tem o potencial de disseminar informações rapidamente, Brown (2022) expõe que eles também carregam um risco significativo de espalhar desinformação e teorias da conspiração, o que pode impactar no mundo real, como ficou claro durante a pandemia da Covid. A utilização de memes pode até ser eficaz para o engajamento, mas sem a devida verificação de informações, pode contribuir para a disseminação de desinformação.

O vídeo 6 teve sua informação verificada como parcialmente falsa, pois utilizou em seu título a seguinte frase: “*Eu descobrindo que mesmo vacinada posso contrair a COVID-19*”. De fato, as vacinas contra o vírus da Covid não impedem a reinfeção, mas, segundo o Instituto Butantan (2023), as pessoas vacinadas correm menor risco de desenvolver Covid-19 longa e sintomas graves da doença. Além disso, a dose de reforço pode contribuir ainda mais para essa proteção.

Ao analisar os comentários, muitos usuários afirmam que o vídeo dissemina a informação incompleta, destacando que a criadora do conteúdo, uma profissional de saúde, está sendo irresponsável ao publica-lo. Esse tipo de vídeo pode ser ainda mais prejudicial, pois mistura a informação correta e incorreta gerando assim confusão nos usuários.

A análise dos vídeos da tabela revela que, apesar de não fornecem informações verídicas sobre o conteúdo em questão, os vídeos classificados como desinformativos possuem um grande potencial de engajamento, conforme observado pelo número de curtidas. A facilidade com que conteúdo desse tipo podem se espalhar nas redes sociais, especialmente no TikTok, ressalta a necessidade de uma abordagem rigorosa no que diz respeito à verificação das informações.

Quanto a análise acerca das informações relacionadas aos sintomas da Covid-19, podem ser observadas na tabela 4, que todas foram classificadas como verdadeiras e informativas.

Tabela 4 - Covid Pandemia Sintomas

COVID PANDEMIA SINTOMAS						
VIDEO	ANO	Nº DE CURTIDAS	Nº DE COMPARTILHAMENTOS E COMENTÁRIOS	INFORMAÇÃO VERIFICADA	FONTE DE VERIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
1	2020	98	30 e 4	Verdadeira	Portal.fiocruz.br	Informativa
2	2022	802	162 e 70	Verdadeira	Portal.fiocruz.br	Informativa
3	2021	21,1 mil	1.303 e 328	Verdadeira	Portal.fiocruz.br	Informativa
4	2022	527,6 mil	39,5 mil e 8.886	Verdadeira	Butantan.gov.br	Informativa
5	2022	53,2 mil	2.019 e 1.738	Verdadeira	Butantan.gov.br	Informativa
6	2021	810	166 e 66	Verdadeira	G1.globo.com	Informativa
7	2021	250	8 e 9	Verdadeira	Gov.br	Informativa
8	2021	1.466	195 e 26	Verdadeira	Em.com.br	Informativa
9	2022	1.329	120 e 25	Verdadeira	Portal.fiocruz.br	Informativa
10	2021	6.614	2.621 e 81	Verdadeira	Portal.fiocruz.br	Informativa

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Os vídeos com mais curtidas (3, 4 e 5), foram publicados por um estudante e dois profissionais da área medica, respectivamente. E, embora abordem diferentes estágios dos sintomas da Covid-19, primeiros sintomas, sintomas da variante Ômicron e sintomas pós-Covid, todas utilizam uma linguagem clara e acessível, facilitando o entendimento por parte dos usuários. A clareza na comunicação, contribui para que o usuário compreenda melhor as informações repassadas, e no caso de temas complexos como os relacionados à Covid-19, promove comportamentos adequados para o combate e proteção da doença. Além disso, esses

vídeos também tiveram um alto número de comentários e compartilhamentos, o que indica que as informações compartilhadas foram amplamente disseminadas.

Ao pesquisar o tema “Covid, pandemia sintomas”, não foram identificados vídeos com conteúdo desinformativo. Pelo contrário, todos os vídeos analisados apresentaram informações pertinentes e verídicas acerca dos sintomas da doença, conforme a verificação das fontes realizada pela pesquisadora. A verificação verdadeira de todos os vídeos evidencia que o TikTok, apesar de abrigar uma variedade de conteúdo, pode ser, de fato, um meio eficaz para a disseminação de informações confiáveis e de qualidade sobre saúde pública.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa investigou o TikTok como fonte de informação, realizando uma análise das informações disseminadas na plataforma durante o período pandêmico, entre 2020 a 2022, com ênfase naquelas de caráter desinformativo. A desinformação e as fake news são fenômenos que têm recebido grande destaque em diversos campos do conhecimento. Ao discutir esses temas no campo da Biblioteconomia, conforme Santos (2022), promove-se um debate que envolve tanto a comunidade acadêmica quanto a sociedade em geral, incentivando diálogos e o desenvolvimento do pensamento crítico entre os usuários.

Durante o período pandêmico houve uma disseminação significativa de informações relacionadas ao vírus, foram apresentados aspectos sobre o excesso dessas informações, especialmente em relação a Covid-19. O fenômeno conhecido como infodemia, caracterizado pelo excesso de informações, dificultou o acesso àquelas que são realmente úteis para orientar as pessoas de forma adequada. As redes sociais, incluindo o TikTok, foram meios importantes para a propagação desses conteúdos, entre os quais as fake news se tornaram cada vez mais presentes, especialmente quando disseminadas com a intenção de causar prejuízo, o que caracteriza a desinformação.

O objetivo geral da pesquisa, buscou identificar na plataforma TikTok, a postagem de conteúdos relacionados à COVID-19 durante o período pandêmico, com ênfase na análise de postagens que envolvem desinformação ou fake news. A pesquisa partiu da necessidade de compreender, por meio da análise dos vídeos da plataforma, dos fatores que motivaram os usuários a buscar informações sobre a COVID e temas correlatos no TikTok, bem como na reflexão sobre o papel dos bibliotecários como aliados na verificação dos fatos e no combate a desinformação nas redes sociais.

Os resultados confirmaram o alcance do objetivo proposto. Verificou-se, a partir das análises realizadas nos vídeos da plataforma, que os conteúdos com maior engajamento (mais curtidas e compartilhamentos) foram encontrados na tabela 2. Os vídeos analisados apresentaram conteúdos que sugeriam métodos fáceis de cura para a COVID-19, por meio de chás milagrosos ou medicamentos cuja eficácia não foi comprovada cientificamente. Pode-se inferir que o incentivo ao uso desses tratamentos, com medicamentos, foi influenciado por discursos políticos proferidos à época. Na tabela 3, o maior engajamento foram em vídeos que apresentavam títulos apelativos ou transmitiam (des)informações em formato de memes. Isso reforça a ideia de que o engajamento contribui para a maior disseminação de tais conteúdos,

ressaltando a necessidade de uma abordagem mais rigorosa quanto à verificação das informações na plataforma.

Além disso, quanto a procura por informações sobre a COVID-19 na plataforma, pode ser explicada devido ao motivo do TikTok ser acessível e popular, seus conteúdos terem um formato mais curto, sem muitos textos e também, como a plataforma possui um algoritmo que personaliza os conteúdos de acordo com os interesses dos usuários, isso tornou com que as pessoas encontrassem conteúdos sobre a Covid (ainda que desinformativos ou fake news) mais facilmente.

O TikTok, adotou algumas medidas para combater a desinformação, além de firmar parcerias com a OMS e lançar desafios que promovessem hábitos de higiene e demonstrassem a gratidão pelos profissionais que atuaram na linha de frente da pandemia, a plataforma também adotou a remoção de conteúdos que violam suas políticas, conforme descritas nas Diretrizes da Comunidade. Desde maio de 2024, novas regras foram implementadas, estipulando o que é permitido na plataforma e definindo padrões para o que pode aparecer no feed. Entre as medidas, destacam-se a remoção de vídeos que não atendam aos critérios estabelecidos, a restrição de conteúdos inapropriados para menores de 18 anos e a proibição de que vídeos fora dos padrões da plataforma sejam promovidos no feed.

Além disso, a criação de uma política também foi uma medida adotada pela rede social. A utilização de inteligência artificial para filtrar os conteúdos enganosos e a formação de uma equipe responsável para avaliar, confirmar e remover tais informações, foram medidas adotadas pelo TikTok. Contudo, apesar dessas iniciativas e das parcerias mencionadas pela plataforma, incluindo a criação de um núcleo de alfabetização digital e a disponibilização de espaços informativos no feed para temas como a COVID-19, tais ações não impediram completamente a disseminação de conteúdos falsos.

Durante a pandemia, as fake news tiveram impactos significativos na sociedade. Segundo a OPAS e a ONU (2020), a disseminação de conteúdos desinformativos, afetou a saúde mental e física de muitas pessoas. Declarações de líderes políticos minimizando a gravidade da doença, informações falsas sobre a eficácia das vacinas e a promoção de medicamentos não recomendados para o tratamento da COVID-19 contribuíram para esses efeitos.

Em conclusão, para reduzir os efeitos da desinformação na sociedade, é necessário que as redes sociais, especialmente o TikTok, adotem medidas mais rigorosas. Entre as ações que podem ser recomendadas estão a verificação de vídeos pela própria plataforma em cada publicação, a implantação de selos de verificação em conteúdos relacionados principalmente à

saúde pública e a divulgação mais explícita das diretrizes de comunidade e das políticas aplicadas. No que tange o papel do bibliotecário, cabe a esse profissional continuar a desenvolver habilidades e competências, aplicando o seu conhecimento entre os usuários de forma a estimular o pensamento crítico, contribuindo, assim, para o combate à desinformação.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Marco Antônio Sousa; MACIEL, Emanuella Ribeiro Halfed. O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto. **Revista Internetlab**, v. 1, n. 1, 2020. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/o-fenomeno-das-fake-news-definicao-combate-e-contexto/>. Acesso em: 19 ago. 2024.
- ALVES, Thais da Conceição Reis; CONDURU, Marise Teles. Informação, desinformação e fake news sobre a Covid-19 no site do Ministério da Saúde. **Revista ACB**, [S. l.], v. 27, n. 3, p. 1–28, 2023. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1879>. Acesso em: 15 set. 2024.
- ARAÚJO, Vanessa Silva; INOMATA, Danielly Oliveira. **Mapeamento de competências do bibliotecário para uma atuação na indústria**. 2021. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/163841>. Acesso em: 18 set. 24.
- BARBOZA, E. D.; SERVIDONI, M. C. O impacto das fake news na sociedade. **Revista Interface Tecnológica**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 169–180, 2021. DOI: 10.31510/infa.v18i1.1168. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1168>. Acesso em: 23 jul. 2024.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. 225 p. ISBN 972-44-0898-1. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7684991/mod_resource/content/1/BARDIN__L._1977._Analise_de_conteudo._Lisboa__edicoes__70__225.20191102-5693-11evk0e-with-cover-page-v2.pdf. Acesso em: 12 jun. 2024.
- BASTOS, Verioni Ribeiro. **Técnica Apométrica: uma investigação sob bases epistemológicas**. 2009. 177 f. Dissertação (Mestrado em Ciência das Religiões) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/4182>. Acesso em: 20 set. 24.
- BLACKER, Adam. **Worldwide and US Download Leaders 2021**. 2022. Disponível em: <https://apptopia.com/blog/worldwide-and-us-download-leaders-2021/>. Acesso em 15 set. 2024.

BLACKER, Adam. **Worldwide and US Download Leaders 2022**. 2023. Disponível em: <https://apptopia.com/blog/worldwide-and-us-download-leaders-2022/>. Acesso em 15 set. 2024.

BROWN, Helen. **O poder surpreendente dos memes da internet**. BBC News Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-fut-63304815>. Acesso em: 21 set. 2024.

CHAN, Julia. **Top Apps Worldwide para Julho 2020 por Downloads**. 2020. Disponível em: <https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-july-2020-by-downloads>. Acesso em: 15 set. 2024.

DOURADO, Geovana de Oliveira Libório *et al.* **Caracterização de fake news sobre a pandemia COVID-19 no Brasil**. *Revista de Enfermagem da UFPI*, v. 9, e11226, 2020. Disponível: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1368660>. Acesso em: 20 set. 24.

FECHINE, Ingrid; DEODATO, Paulo Gerson Olinto. Educação midiática: identificando e combatendo informações falsas. **Rotura – Revista de Comunicação e Artes**, v. 2, n. 2, p. 67-73, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.34623/5p33-5674>. Acesso em: 6 ago. 2024.

FERNANDES, Victor. **Tiktok superará Instagram em usuários de 9 a 24 anos nos EUA**. PANROTAS, 2021. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/tecnologia-e-turismo/pesquisas-e-estatisticas/2021/05/tiktok-superara-instagram-em-usuarios-de-9-a-24-anos-nos-eua_181498.html. Acesso em: 15 ago. 2024.

FERREIRA, João Rodrigo Santos; LIMA, Paulo Ricardo Silva; SOUZA, Edivanio Duarte. Desinformação, infodemia e caos social: impactos negativos das fake news no cenário da COVID-19. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 27, n. 1, p. 30-58, 2021. Doi: 10.19132/1808-5245271.30-58. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/347848287_Desinformacao_infodemia_e_caos_social_impactos_negativos_das_fake_news_no_cenario_da_COVID-19. Acesso em: 15 set. 2024.

FERREIRA, Vitória Peraça. **A desinformação no tiktok durante a pandemia de Covid-19**. Santa Catarina, 2021. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/151866612/artigo-plataformas>. Acesso em: 03 set. 2024.

GALHARDI, Cláudia Pereira; FREIRE, Neylson Pinheiro; MINAYO, Maria Cecília de Souza; FAGUNDES, Maria Clara Marques. Fato ou fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, supl. 2, 2020. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/44120>. Acesso em: 14 ago. 2024.

GARCIA, Leila Posenato; DUARTE, Elisete. Infodemia: excesso de quantidade em detrimento da qualidade das informações sobre a COVID-19. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, v. 29, n. 4, e2020186, 2020. Disponível em: http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-49742020000400001&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 15 ago. 2024.

GRIZZLE, Alton et al. Alfabetização midiática e informacional: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília: UNESCO, **Cecti.br**, 2016. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246421>. Acesso em: 4 set. 2024.

INSTITUTO BUTANTAN. **Vacinados têm menos risco de desenvolver Covid longa e dose de reforço pode ampliar a proteção, afirma estudo**. Portal do Butantan, 2023. Disponível em: <https://butantan.gov.br/noticias/vacinados-tem-menos-risco-de-desenvolver-covid-longa-e-dose-de-reforco-pode-ampliar-a-protecao-afirma-estudo>. Acesso em: 21 set. 24.

LOPES, Suyanne Claire. **O bibliotecário no processo da (des)informação por fake news**. 2020. 85f. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/123456789/4796>. Acesso em: 18 set. 24.

MERELES, Carla; MORAES, Isabela. Notícias falsas e pós-verdade: o mundo das fake news e da (des)informação. **Politize!**, 2017. Disponível em: <https://www.politize.com.br/noticias-falsas-pos-verdade/>. Acesso em: 18 ago. 2024.

MINEIRO, Márcia; SILVA, Mara A. Alves da; FERREIRA, Lúcia Gracia. PESQUISA QUALITATIVA E QUANTITATIVA: imbricação de múltiplos e complexos fatores das abordagens investigativas. **Momento - Diálogos em Educação**, [S. l.], v. 31, n. 03, p. 201–218, 2022. DOI: 10.14295/momento.v31i03.14538. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/momento/article/view/14538>. Acesso em: 25 jul. 23.

MOLLA, Rani. Posting less, posting more, and tired of it all: How the pandemic has changed social media. Vox, 2021. Disponível em: <https://www.vox.com/recode/22295131/social-media-use-pandemic-covid-19-instagram-tiktok>. Acesso em: 23 jul. 23.

MOREIRA, Herivelto; CALEFFE, Luiz Gonzaga. **Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. 248 p. ISBN 85-7490-310-8.

Disponível em:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/8021683/mod_resource/content/1/Cap%203%20Classifica%C3%A7%C3%A3o%20da%20Pesq%20MOREIRA%20e%20CALLEFE.pdf. Acesso em: 12 jun. 2024.

NEVES, Barbara Coelho. Recursos que podem apoiar o bibliotecário no combate às Fake News nas mídias sociais. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, Salvador, BA, v. 8, n. 2, p. 17-27, 2019. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/342652699_Recursos_que_podem_apoiar_o_bibliotecario_no_combate_as_Fake_News_nas_midias_sociais/fulltext/5efe8b7592851c52d6136eb3/Recursos-que-podem-apoiar-o-bibliotecario-no-combate-as-Fake-News-nas-midias-sociais.pdf. Acesso em: 25 ago. 24.

ORELO, Eliane Rodrigues Mota; CUNHA, Miriam Figueiredo Vieira da. O bibliotecário e a competência informacional. **Informação & Sociedade**, [S. l.], v. 23, n. 2, 2013.

Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/12892>. Acesso em: 4 set. 2024.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE – OPAS; ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE - OMS. Repositório Institucional para Troca de Informações – Iris. **Fichas Informativas COVID-19: entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19**. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde; 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054?locale-attribute=pt>. Acesso em: 23 jul. 2024.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Perguntas frequentes: vacinas contra a COVID-19**. 2023. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/vacinas-contracovid-19/perguntas-frequentes-vacinas-contracovid-19>. Acesso em: 18 set. 24.

PARANHOS, Ranulfo *et.al.* Uma introdução aos métodos mistos. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 42, p. 384-411, 2016. Doi: 10.1590/15174522-018004221. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/WtDMmCV3jQB8mT6tmpnzKkC/>. Acesso em: 10 ago. 24.

PENNYCOOK, Gordon, *et al.* Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. **Psychological science**, v. 3, n. 7, p. 770-780, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0956797620939054>. Acesso em: 10 ago. 2024.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 6 jun. 24.

RECUERO, Raquel. A rede é a mensagem: efeitos da difusão de informações nos sites de Rede Social. In: VIZER, Eduardo (Org.). **Lo que Mcluhan no previu**. ed. 1, 2012. Editorial La Crujía. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/259338290_A_rede_e_a_mensagem_Efeitos_da_Difusao_de_Informacoes_nos_Sites_de_Rede_Social. Acesso em: 03 set. 2024.

RODRIGUES, Charles; BLATTMANN, Ursula. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Santa Catarina, v. 19, n. 3, p. 4-29, 2014. Doi: 10.1590/1981-5344/1515. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/RMwpcd5QyLSBnTxkM3YHtDw/>. Acesso em: 15 set. 24.

SANTOS, Viviane de Andrade. **As fake news nas mídias sociais: o entendimento acerca do compartilhamento de informações pelos discentes do curso de Biblioteconomia da UFMA**. 2022. 106 f. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Curso de Biblioteconomia, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/123456789/6050>. Acesso em: 18 set. 24.

SIANI, Phelipe. **Os jovens estão se informando principalmente pelo TikTok, diz pesquisa**. CNN Brasil, 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/os-jovens-estao-se-informando-nos-lugares-errados/>. Acesso em: 17 maio 23.

SILVA, Arthur Henrique Gonçalves da. **A infodemia do discurso de ódio e das fake news: estudo de caso no Twitter**. 2022. 53f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação) – Centro de Tecnologias, Ciências e Saúde, Universidade Federal de Santa Catarina, Araranguá, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/233490>. Acesso em: 18 set. 24.

SILVA, Arthur Henrique Gonçalves da. **A infodemia do discurso de ódio e das fake news: estudo de caso no Twitter**. 2022. 53 f. Monografia (Tecnologias da Informação e Comunicação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Campus Araranguá, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/233490/TCC%20-%20Arthur.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 13 set. 24.

SILVA, Simone Assis Alves da; CARDOSO, Ana Maria Pereira. Literacia informacional: uma revisão sistemática de literatura. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 18, n. 00, p. 1-24, 2020. DOI: 10.20396/rdbci.v18i0.8660680. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8660680>. Acesso em: 18 set. 24.

SOUZA, Jaqueline Silva de; SANTOS, José Carlos Sales dos. Infodemia e desinformação na pandemia da COVID-19. **Revista Fontes Documentais**, [S. l.], v. 3, n. Ed. Especial, p. 231–238, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/RFD/article/view/57816>. Acesso em: 5 dez. 2023.

SOUZA, Luciana Mascarenhas Alemão de. **Os impactos da propagação de fake news em tempos de pandemia**. 2021. 30f. Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais, Departamento de Ciências Administrativas, 2021. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/39165>. Acesso em: 13 mai. 24.

TAUILY, Carolina do Nascimento. **O “ser” bibliotecário: dos primórdios ao século XXI**. 2016. 57f. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/20176/1/2016_CarolinaDoNascimentoTauily_tcc.pdf. Acesso em: 18 set. 24.

TIKTOK. **Como o TikTok recomenda os vídeos para o feed #ParaVocê**. 2020. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com//pt-br/como-o-tiktok-recomenda-os-videos-para-o-feed-paravoce>. Acesso em: 18 ago. 24.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE GOIAS. Fake news x desinformação: entenda qual é a diferença entre os termos. 2023. Disponível em: <https://www.tre-go.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Agosto/fake-news-x-desinformacao-entenda-qual-e-a-diferenca-entre-os-termos>. Acesso em: 10 ago. 2024.

VALERIO, Kimberlin. **A produção da informação jornalística no TikTok: um estudo sobre o perfil do Estadão**. 2023. 57f. Trabalho de Conclusão de Curso II (Bacharel em Jornalismo) – Universidade Federal do Pampa, 2022. Disponível em: <https://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/riu/7944/1/Kimberlin%20Valerio%20Branco%202023.pdf>. Acesso em: 14 ago. 24.

VIEIRA, Nathan. **Por que o TikTok ficou tão em alta em plena quarentena?**. Canaltech, 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/por-que-o-tiktok-ficou-tao-em-altaem-plena-quarentena-165462/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

VILLELA, Edlaine Faria de Moura; Gonçalves Emily; de PAULA, Regiane Cardoso. Mídias digitais e epidemiologia: desafios para a comunicação de risco em tempos de pandemia e imunização em massa. In: MALINVERNI, Cláudia; BRIGAGÃO, Jacqueline I. Machado; CARDOSO, Janine; VILLELA, Edlaine Faria de Moura; BUGENHO, Carlos Roberto Z. (Org.). **Desinformação e covid-19: desafios contemporâneos na comunicação e saúde**. São Paulo: Instituto de Saúde, 2023. p. 222-232. Disponível em: https://saude.sp.gov.br/resources/instituto-de-saude/homepage/pdfs/temas_32_desinformacao.pdf. Acesso em: 18 ago. 24.

WILSON, Carolyn et al. Alfabetização midiática informacional: **currículo para a formação de professores**. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000220418>. Acesso em: 4 set. 2024.