

As múltiplas faces da infodemia

The multiple faces of the Infodemic

Las múltiples caras de la infodemia

Luís Gonçalves^{1,a}

luishng72@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0003-4226-4189>

Leonardo Castro^{2,b}

leocastro@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-9376-5103>

Raquel Rachid^{1,c}

raquel.rachid@hotmail.com | <https://orcid.org/0000-0001-8593-3085>

Marcelo Fornazin^{2,d}

fornazin@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-0379-5801>

¹ Fundação Oswaldo Cruz. Estratégia Fiocruz para a Agenda 2030. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

² Fundação Oswaldo Cruz, Escola Nacional de Saúde Pública. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

^a Doutorado em Psicologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

^b Doutorado em Antropologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e Museu Nacional.

^c Mestrado em Direito Político e Econômico pela Universidade Presbiteriana Mackenzie.

^d Doutorado em Administração pela Fundação Getúlio Vargas.

RESUMO

Neste artigo, revisamos partes da literatura acadêmica sobre a infodemia, buscando preencher uma lacuna de estudos que descrevam sua existência político-econômica, científica, sociotécnica e psicossocial em geral, ao mesmo tempo que verifiquem como essa imbricação se encontra com a realidade brasileira. Nesse enquadramento, a infodemia emergiu como uma superabundância de informações controversas sobre saúde, capaz de comprometer cuidados individuais e coletivos, integrando conflitos socioeconômicos e culturais relacionados ao capitalismo neoliberal e periférico. Por isso, encontramos distintas e até antagônicas formas de caracterizá-la e enfrentá-la. Algumas delas contrastam com os princípios do SUS e da Reforma Sanitária, especialmente com relação à participação política dos sujeitos atingidos por esse excesso de informações como uma forma de enfrentar o fenômeno e os conflitos de que ela faz parte. Concluimos que, por ser uma questão multideterminada, a infodemia deve continuar sendo pesquisada interdisciplinarmente, de modo a contribuir com tal participação política.

Palavras-chave: Infodemia; Desinformação; Neoliberalismo; Subjetividade; Saúde digital.

ABSTRACT

We review parts of the academic literature on infodemics, seeking to fill a gap in studies that describe its political-economic, scientific, sociotechnical, and psychosocial existence in general, while also examining how this intertwining relates to the Brazilian reality. Within this framework, the infodemic has emerged as a problematic superabundance of health information that can compromise both individual and collective care, and which integrates socio-economic and cultural conflicts related to neoliberal and peripheral capitalism. Therefore, we find distinct and even antagonistic ways of characterizing and addressing the infodemic. Some of these contrast with the principles of SUS and health reform, especially regarding the political participation of those affected by the infodemic as a way of addressing the phenomenon and the conflicts of which it is a part. We conclude that, as a multidetermined phenomenon, the infodemic should continue to be researched interdisciplinarily in order to contribute to such political participation.

Palavras-chave: Infodemic; Misinformation; Neoliberalismo; Subjectivity; Digital health.

RESUMEN

Revisamos partes de la literatura sobre infodemia buscando llenar un vacío en los estudios que describen su existencia político-económica, científica, sociotécnica y psicosocial, al mismo tiempo que examinamos cómo esta interconexión se relaciona con la realidad brasileña. La infodemia ha surgido como una superabundancia problemática de información sobre salud, capaz de comprometer tanto el cuidado individual como el colectivo y que integra conflictos socioeconómicos y culturales relacionados del capitalismo neoliberal y periférico. Por lo tanto, encontramos diferentes e incluso antagónicas formas de caracterizar y abordar la infodemia. Algunas contrastan con los principios del SUS y la reforma sanitaria, especialmente en lo que se refiere a la participación política de las personas afectadas por la infodemia como una forma de abordar el fenómeno y los conflictos de los que forma parte. Concluimos que, como un fenómeno multideterminado, la infodemia debe seguir siendo investigada interdisciplinariamente para contribuir a dicha participación política.

Palavras-chave: Infodemia; Desinformación; Neoliberalismo; Subjetividade; Salud digital.

INFORMAÇÕES DO ARTIGO

Contribuição dos autores:

Concepção ou desenho do estudo: Luís Henrique Gonçalves, Leonardo Castro, Marcelo Fornazin.

Aquisição dos dados: Luís Gonçalves.

Análise de dados: Luís Gonçalves.

Intepretação dos dados: Luís Gonçalves, Leonardo Castro, Marcelo Fornazin, Raquel Rachid.

Todos os autores são responsáveis pela redação e revisão crítica do conteúdo intelectual do texto, pela versão final publicada e por todos os aspectos legais e científicos relacionados à exatidão e à integridade do estudo.

Declaração de conflito de interesses: não há.

Fontes de financiamento: Este trabalho foi financiado pela Estratégia Fiocruz para a Agenda 2030.

Considerações éticas: não há.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: não há.

Histórico do artigo: submetido: 30 maio 2024 | aceito: 13 jun 2024 | publicado: 27 set. 2024.

Apresentação anterior: não há.

Licença CC BY-NC atribuição não comercial. Com essa licença é permitido acessar, baixar (*download*), copiar, imprimir, compartilhar, reutilizar e distribuir os artigos, desde que para uso não comercial e com a citação da fonte, conferindo os devidos créditos de autoria e menção à Reciis. Nesses casos, nenhuma permissão é necessária por parte dos autores ou dos editores.

INTRODUÇÃO

Nesta revisão integrativa da literatura científica, de natureza exploratória e qualitativa, a chamada infodemia surge como um fenômeno com diferentes caracterizações, devido – principalmente – a suas múltiplas determinações e consequências. Algumas dessas caracterizações partem de abordagens e áreas científicas distintas ou conflitantes entre si, o que pode dificultar o entendimento da infodemia em sua relação com fenômenos como a desinformação em geral (Wang *et al.*, 2019), a economia da atenção (Wu, 2017), o neoliberalismo (Harvey, 2005), a chamada crise do sistema de peritos (Cesarino, 2021), entre outros.

Por exemplo, embora o termo tenha se popularizado, durante a pandemia de covid-19, a partir das declarações do presidente da OMS, Tedros Adhanom, que o associou a epidemias em particular (Tangcharoensathien *et al.*, 2020) ou a questões de saúde em geral (Singh *et al.*, 2022), outros autores (Eysenbach, 2020; Zarocostas, 2020) caracterizam a infodemia como a superabundância de informações controversas relativas a qualquer assunto em específico. Já para Krause, Freiling e Scheufele (2022), podemos estar criando uma “infodemia sobre a infodemia” ao desconsiderarmos que ela seria um fenômeno constante e prévio ao coronavírus, da mesma forma que falar de uma era de pós-verdade parece supor que teria havido, em algum momento, uma era da verdade (Bezerra; Capurro; Schneider, 2017; Habgood-Coote, 2018).

Desse modo, analisaremos separadamente esse excesso de informações – precisas ou não (Wardle, 2017) – em saúde, para que possamos verificar sua relação com fenômenos a ela conexos. Nesses termos, definiremos infodemia como uma superabundância de informações mais ou menos precisas, imprecisas ou deliberadamente falsas sobre saúde, doenças e seus tratamentos, que circulem em diferentes meios de comunicação, em especial na internet – participando, assim, da economia da atenção – e que, ao criarem incertezas e conflitos, podem comprometer os cuidados individuais e coletivos em saúde. Note-se que, nessa definição, o caráter superabundante, conflituoso e incerto da infodemia a conecta ao fenômeno da desinformação, enquanto conteúdo deliberadamente manipulado, mas não é seu sinônimo. Para avançarmos nessa compreensão, discutiremos e integraremos diferentes abordagens, tendo como eixos certos fatores objetivos e subjetivos que causam e mediam a infodemia, bem como algumas das diversas proposições de mitigação do problema.

Na primeira seção, discutiremos certas transformações tecnoprodutivas, acumulativas e institucionais ocorridas nos últimos cinquenta anos que transformaram o comércio, a sociabilidade e a comunicação, criando novas necessidades e problemas que podem contribuir com o surgimento e a prevalência da infodemia (Lelo; Fígaro, 2021). Essas transformações também têm se desdobrado e correspondido a mudanças e impasses epistêmicos igualmente complexos, tornando mais desafiantes as possibilidades de compreender e enfrentar tais questões (Van Zoonen, 2012).

Na segunda seção, destacaremos, da questão anterior, a chamada **economia da atenção**. Parte das disputas entre diferentes interesses político-econômicos e culturais moldam e são moldadas, bem como travadas no interior de plataformas, redes sociais e aplicações de mensageria (Cesarino, 2022; Morozov, 2018). Estas, por sua vez, são organizadas para engajar usuários na produção de conteúdos que provoquem e retenham sua atenção, com o objetivo de valorizar esses espaços como mídia publicitária e para a produção de dados digitais (Gonçalves; Furtado, 2021). Nossa pesquisa sugere que a infodemia e fenômenos correlatos têm sido determinantes para o alcance desses objetivos, inclusive na medida em que tais mercadorias-serviço, em geral, persistem sem que seus mecanismos sejam suficientemente conhecidos e regulados (Valente, 2019).

Segundo nossa revisão, para que isso ocorra, as interfaces, recomendações e experiências dessas mercadorias-serviço são ajustadas algorítmicamente, explorando características sociais, comportamentais, emocionais e neuropsicológicas de seus usuários, muitas vezes sem que eles tenham sequer consciência, tampouco alternativa a essas modulações (Ward, 2022; Ward *et al.*, 2017). Assim, na terceira seção,

revisaremos pesquisas neurocognitivas e psicológicas que sugerem (também de forma não consensual) como essas características e comportamentos podem ser manifestados.

Na quarta seção, traremos essa discussão para a realidade brasileira. Revisaremos, resumidamente, dados sobre a realidade do acesso à internet no país, com ênfase nas redes sociais e aplicativos de mensagens, bem como em suas implicações na sociabilidade, política e religiosidade do Brasil.

Já no quinto e último tópico, faremos um sintético panorama de algumas proposições de enfrentamento da infodemia e de seus limites.

Por fim, na conclusão, reiteraremos a complexidade do enfrentamento a esse fenômeno, apontando, entretanto, para a participação social organizada como seu principal meio, bem como para a necessidade de mais pesquisas interdisciplinares sobre o tema.

DETERMINANTES POLÍTICO-ECONÔMICOS, TECNOCIENTÍFICOS E EPISTÊMICOS

Desde os anos 1970, a economia global tem passado por certas transformações e crises de caráter estrutural (Mészáros, 2020) que modelam e são modeladas pela revolução tecnológica informacional surgida nesse mesmo período (Perez, 2010). Tais situações aumentaram a concentração de riqueza e poder (Amin, 2004), bem como a circulação de mercadorias, pessoas e doenças (Harvey, 2005); precarizaram as condições de trabalho e vida (Antunes, 2018); reduziram o estado de bem-estar (Collington, 2022) e incrementaram a mercantilização das relações sociais (Duménil; Lévy, 2004), particularmente no que se refere a cuidados de saúde (Campos; Albuquerque, 1998).

Isso contribuiu com o aumento da distância entre, de um lado, a complexidade dos produtos, das infraestruturas e outras mediações sociais e, de outro, a capacidade dos indivíduos e sociedades de compreendê-las e nelas intervir (Dardot; Laval, 2017; Pinto, 2005). Por exemplo, os cuidados de saúde foram constantemente se transformando pelas mãos de cientistas, políticos, empresas e consultores (Porter; Teisberg, 2006), enquanto os cidadãos foram sendo, cada vez mais, postos na posição de seus observadores, validadores eleitorais e consumidores (Streeck, 2019). Ao mesmo tempo, algumas democracias liberais testemunharam um crescente desinteresse desses novos cidadãos pela política e por assuntos comunitários convencionais (Keyes, 2004).

Entretanto, a chegada das mercadorias e infraestruturas digitais convidava seus cidadãos-consumidores a uma sensação de desmediação da vida cotidiana através da internet e suas aplicações (Lupton, 2013; Pentland, 2012). Com elas, seria possível contornar burocracias estatais, *gatekeepers* da imprensa e das ciências, além de evitar a interpessoalidade com pessoas com características, crenças, origens etc. indesejáveis (Morozov, 2018). Daí em diante, as novas tecnologias geraram diversos tipos de contribuições, desde o desencadeamento de revoltas populares (Korybko, 2018) até a formação de grupos de interesse político-culturais em que, de certa forma, o cidadão comum pode perceber-se mais ouvido e participativo (Valenzuela *et al.*, 2019).

Também nesse período, efeitos da chamada virada linguística e de eventos conexos (Eagleton, 2012) teriam encontrado, na confluência entre todas essas transformações, certa materialidade social, a partir da qual o processo de significação poderia ocorrer de forma mais autônoma em relação aos objetos e ao próprio sistema de peritos vigente (Amon; Idiart, 2017; Sousa; Rosa, 2021). Por exemplo, a incompreensão, a impotência e o medo que se disseminam no contexto dessas e outras transformações (Najar; Castro, 2021) podem afinar-se com as ilusões de conhecimento e controle oferecidas por teorias da conspiração (Van Zoonen, 2012), que se potencializam mutuamente em ambientes virtuais sem regulação pública (Empoli, 2019).

Como parte desse contexto, a chamada “estratégia do tabaco” (Oreskes; Conway, 2011, p. 15) inaugurou o uso sistemático de advogados, profissionais de relações públicas e publicitários, que trazem suas práticas retóricas para dentro das disputas científicas, com o objetivo de manter a controvérsia sobre um tema específico buscando evitar processos jurídicos e regulações (Proctor; Schiebinger, 2008). Para Oreskes w Conway (op. cit), por meio da exploração de um alegado princípio de equidade entre opiniões e das

características hipotéticas da ciência e probabilísticas da epidemiologia, essa estratégia contribuiu com a hesitação frente à prática científica e médica.

Junto a isso, “o crescimento simultâneo da terapia (encontrar-se), do espiritualismo (aperfeiçoar-se) e da mídia pessoal (expressar-se)” participa da afirmação dos indivíduos como “fontes alternativas de conhecimento e compreensão”, perfazendo a chamada eu-pistemologia (Van Zoonen, 2012, p. 5, tradução nossa). O **fato** pode descolar-se dos aspectos históricos, temporais e contingentes do **feito**, e o que confere valor à opinião não é sua precisão, mas sim o poder sociotécnico daqueles então autopercebidos como sem voz, para se fazerem reconhecidos como sujeitos (Guerra; Barbosa, 2017).

Sem podermos nos aprofundar aqui, é importante problematizar que a verdade e seu sujeito nunca existiram como algo *a priori* (Gramsci, 1982) e necessariamente racional (Lane; Codo, 1988). Por outro lado, é suficiente afirmar que (1) a verdade, se entendida como algum nível de correspondência entre a realidade e o entendimento, “não pode ser confundida com a mentira pura e simples, deliberadamente disseminada” (Bezerra; Capurro; Schneider, 2017, p. 379); (2) em muitos casos, ela é uma expressão de relações de confiança, proximidade e valores compartilhados (Bonsanto, 2021); e (3) a verdade e seus regimes (Foucault, 1996) podem atuar como mediações de seus enunciadores em suas tentativas “de induzir outra pessoa (ou grupo de pessoas) a realizar, por sua parte, pores teleológicos concretos” (Lukács, 2013, p. 62).

Nossa revisão sugere que a confluência dos fenômenos aqui tratados permite e possibilita que mais atores (antigos ou novos, especialistas ou não) disputem tais mediações e seus poderes sociais (Cesarino, 2022). Por um lado, se a grande metafunção da ciência tem sido “produzir ordem por meio da confiança social em um sistema de peritos” (Cesarino, 2021, p. 77), a infodemia pode contribuir com o acirramento de disputas dentro da ordem social vigente. Para Cesarino (2020), no caso das crises e disputas já introduzidas, para **tornar verdade** sua superioridade, o mercado liberaria “formas epistêmicas ‘não modernas’ baseadas em temporalidades messiânicas e causalidades ocultas”, que seriam, “por assim dizer, a ‘superestrutura’ adequada ao capitalismo neoliberal contemporâneo”.

Por outro lado, a crença nos sistemas peritos decorre de inferências sobre seu funcionamento e efetividade, o que pode depender do abafamento da “hermenêutica crítica” (Miguel, 2022), por meio de eventuais argumentos extracientíficos (Canguilhem, 1981; Santos Filho, 2016). Em nossa revisão, os sistemas peritos surgem também como instâncias com elevado grau de autonomia frente a sua audiência (Miguel, 1999), o que parece contrastar com a disseminação relativamente descentralizada de conteúdos via tecnologias digitais (Van Zoonen, 2012).

ECONOMIA DA ATENÇÃO E DA INFODEMIA

Dentre as materialidades sociais que contribuem com a infodemia, destacou-se, em nossa revisão, o amadurecimento tecnológico da chamada economia da atenção. Trata-se do mercado centrado em infraestruturas midiáticas e suas mercadorias-serviço (operadoras de internet, TV, jornais, sites, plataformas etc.), que cria e comercializa audiência publicitária por meio da captura da atenção de seus consumidores, muitas vezes a partir do próprio conteúdo produzido por eles (Wu, 2017). No caso das mídias digitais, em geral suas ofertas são projetadas de forma que, no processo de seu consumo, o usuário coproduza dados que tendam a se tornar propriedade intelectual de seus ofertantes, seja como insumo dessas e outras mercadorias-serviço, seja para a microsegmentação publicitária e/ou como mercadoria/serviço para terceiros (Dantas, 2019).

A economia da atenção compreende um mercado em que cerca de 97% dos aplicativos digitais se apresentam como gratuitos (Distribution [...], 2022); com potencialmente 5,4 bilhões de usuários de dispositivos conectáveis à internet (Number [...], 2023) em média seis horas por dia (Kemp, 2023); cujas

empresas de corretagem de dados (*data brokers*) faturaram cerca de US\$ 252,12 bilhões (Data [...], 2023) em 2023; e as sete maiores big techs do mundo valiam juntas US\$ 10,6 trilhões¹ no mesmo ano.

Já os usuários buscam na economia da atenção, principalmente, satisfazer necessidades psicológicas (Sailer *et al.*, 2017) e socioprodutivas (Sevignani, 2019), além do consumo de informação e entretenimento (Sundar; Limperos, 2013), entre outros desejos. Segundo Comor (2011), muitas vezes isso envolve a própria participação do usuário na produção e circulação das ofertas correspondentes – o chamado *prosumption*² –, o que inclui conteúdos sobre saúde (Silva; Pires; Paiva, 2022). Há, ainda, os influenciadores, que produzem conteúdo e constroem vínculos com suas audiências, visando obter uma fração da verba publicitária das plataformas (Bentes, 2022). Tudo isso faz surgir novas modalidades de “conteúdos culturais, sociais, políticos, mediante estratégias concorrentes de credibilidade em relação ao jornalismo, através do uso de fontes alternativas” e subjetividade na narrativa (Brotas, 2021, p. 77).

Nossa revisão apontou dois dos importantes meios de realização da economia da atenção e de suas contradições que têm implicações na infodemia. O primeiro é a automação massiva e instantânea de classificação e recomendação algorítmica de conteúdos, baseada principalmente na perfilização dos clientes das empresas de mídias digitais (Ward, 2022). Tal automação, ainda que também corresponda a certas necessidades de organização e acesso desses conteúdos por parte dos usuários, é ofertada por seus desenvolvedores³ na medida e na forma de sua luta concorrencial e regulatória por audiência, produção e consumo (Gonçalves, 2023). Com isso, em certos casos, ela pode tanto recomendar conteúdos que promovam a vacinação contra a covid-19 quanto aqueles que a associem à contaminação por HIV (Justiça [...], 2023).

Em segundo lugar, e destacadamente em países como o Brasil, há o chamado *zero-rating*, modalidade em que provedores de conteúdo subsidiam, junto às operadoras de internet, o consumo de dados de seus usuários, de modo que o uso de aplicativos como WhatsApp passa a ser “gratuito”. Como a gratuidade é apenas para os conteúdos dessas empresas, se o usuário do WhatsApp clicar em um *link* de uma postagem que o levará a outro serviço sem *zero-rating*, esse acesso deixará de ser subsidiado (CGI.br, 2020). Em 2023, cerca de 106 milhões de contas de telefonia móvel eram pré-pagas no Brasil (Teleco, 2023), geralmente incluindo *zero-rating* (Anatel, 2021). Nesses termos, enquanto, potencialmente, a infodemia é “gratuita” para uma vasta quantidade de usuários, a capacidade de verificação desses conteúdos pode ser paga.

A sobreposição entre todos os fatores descritos desdobra-se em novas consequências problemáticas, como no caso das chamadas câmaras de eco e bolhas de filtro. Segundo Jamieson e Cappella (2008, p. 76), as primeiras se referem ao espaço de mídia delimitado e fechado – em geral voluntariamente – “que tem o potencial de ampliar as mensagens entregues dentro dele e isolá-las da refutação”. Já para Ross Arguedas *et al.* (2022), uma bolha de filtro é uma câmara de eco produzida, principalmente, pela perfilização algorítmica já discutida. Muitos processos infodêmicos surgem da articulação feita pela economia da atenção entre essas esferas – envolvendo influenciadores da grande mídia e do *establishment* político –, de modo que, longe de serem “anomalias pontuais, esses ecossistemas parecem estar conformando padrões sistêmicos persistentes no atual ambiente de mídia” (Nascimento *et al.*, 2022).

Com isso, fenômenos como a infodemia podem atuar como a “face mais visível da circulação irrestrita em busca de dados” e comércio, ou ainda, “apenas uma forma mais barata de atrair tráfego da web (e, conseqüentemente, de fabricar dados) do que informações jornalísticas” (Lelo; Fígaro, 2021, p. 28). Por

¹ Soma do faturamento global das empresas Apple, Alphabet, Meta, Amazon, Jingdong e Alibaba (Fortune [...], 2024).

² Prosumption é a contração das palavras em inglês production e consumption. Em geral, refere-se à atividade em que o consumidor coproduz o próprio valor de uso que consome (ou que outros irão consumir). Para diferentes visões do tema: Vargo e Lusch (2004); Zwick, Bonsu e Darmody (2008); Gonçalves e Furtado (2021).

³ Principalmente matemáticos, psicólogos, engenheiros de programação, designers, analistas de marketing, economistas, administradores, advogados, comerciantes e investidores que, efetivamente, desenvolvem as mercadorias-serviço em seus vários e combinados aspectos (Gonçalves, 2023).

exemplo, no caso brasileiro, de acordo com a Silverman (2022), somente o Google seria responsável pela monetização de 80% dos sites brasileiros que propagam desinformação. Ainda, segundo Hentschke-Lopes (2022), o estímulo ao ineficaz tratamento precoce contribuiu com um aumento de vendas da hidroxicloroquina em 6.856.481,39% e da ivermectina em 12.291.129,32%.

IMPLICAÇÕES PSICOSSOCIAIS E NEUROCOGNITIVAS

Na medida em que a realidade humano-social é uma unidade em “fluxo incessante, não linear e não sequencial, mas biunívoco, entre objetividade e subjetividade” (Gonçalves *et al.*, 2022, p. 2), todos os elementos até aqui discutidos existem nessas duas dimensões. Para compreender essa dialética no caso da infodemia, abordagens conflitantes têm sido empregadas.

A primeira divergência refere-se às principais qualidades da percepção e da tomada de decisões dos seres sociais. Desde o Iluminismo, elas giram em torno da premissa de seu caráter individual, informado, egoísta e racional (Archer; Tritter, 2000). Hoje sabemos que essa foi uma crença historicamente necessária para o desenvolvimento do empreendedorismo e da responsabilização capitalistas (Bourdieu, 2015), e que a consciência é determinada sócio-historicamente pela experiência e seus significados socialmente compartilhados e pessoalmente vividos, interpretados (Vigotski, 2004) e emocionados (Damásio, 2012). Ainda assim, certas características filo e ontogenéticas da consciência por vezes têm sido generalizadas e reduzidas a vieses e falhas cognitivas (Ariely, 2008), inclusive por meio de interpretações seletivas e extrapolações de achados neurocientíficos (Eysenck; Keane, 2017), bem como de experimentos nem sempre replicáveis (Maier *et al.*, 2022).

Por exemplo, algumas abordagens cognitivistas partem da ideia do indivíduo racional e informado em contraposição à “pós-verdade”, como se tivesse havido uma “era de ouro” da modernidade, de “*true news*” no jornalismo e de uma “verdadeira” democracia (Habgood-Coote, 2018). Ainda assim, tal abordagem reconhece que a desinformação “requer uma consideração do contexto político, tecnológico e social mais amplo”, pois consiste em “uma estratégia racional que se desdobra em busca de objetivos políticos” (Lewandowsky, Ecker, Cook, 2017, p. 4). Para esse campo, as tentativas de correção de divulgadores de desinformação raramente são totalmente eficazes, dentre outros motivos, porque esse público estaria submetido a uma constância em padrões informativos chamados de **efeito de influência contínua** (Ecker *et al.*, 2022).

Outra teoria refere-se ao amplo conceito da **cognição motivada**, que se conecta a tantos outros, como o viés de confirmação e de grupo (Faber, 2014). Em comum, eles refletiriam a necessidade de cada indivíduo de viver em um mundo coerente e consistente e se sentir bem consigo e com aqueles com quem se identifica (Hughes; Zaki, 2015). Nessa abordagem, na medida em que a dinâmica entre tais estímulos psicossociais e a motivação consciente poderia reduzir a ativação de estruturas associadas ao processamento de informações (Hughes; Zaki, 2015), isso poderia gerar respostas afetivas, especialmente em indivíduos politicamente engajados (Valenzuela *et al.*, 2019). Para Altay, Araujo e Mercier (2022), sob tal dinâmica, a precisão e o grau de interesse em compartilhar certos conteúdos podem ser influenciados pelo sentimento de que seria “interessante se fosse verdadeiro” (p. 1).

Entretanto, a teoria da cognição motivada não é consensual mesmo entre os cognitivistas. Para Pennycook e Rand (2021, tradução nossa), “o fraco discernimento da verdade está ligado à falta de raciocínio cuidadoso e conhecimento relevante, bem como ao uso de familiaridade” e da credibilidade do emissor da mensagem. Segundo Escolà-Gascón *et al.* (2023), esse contexto favoreceria o pensamento intuitivo, ou preguiçoso, em contraste com o racional. No entanto, ainda que “o *design* atual das plataformas de mídia social [...] [possa] desencorajar as pessoas a refletir sobre a precisão” (Pennycook *et al.*, 2020, p. 594, tradução nossa), a ideia de descuido informacional, de certa forma, devolve o problema da infodemia para os indivíduos.

Todas essas abordagens contrastam com o fato de que os agentes da economia da atenção (produtores, investidores e clientes) podem atuar, deliberadamente ou não, para produzir o que a pesquisa neurocientífica chama de **distração epistêmica** (Miller, 2013). Em grande medida, essa distração resultaria da combinação entre a superabundância de conteúdos, a aceleração da vida contemporânea (Rosa, 2019; Norman, 2008), o design da experiência do usuário (Nodder, 2008) e suas recompensas variáveis, que estimulam, dentre outros, o sistema dopaminérgico córtico-estriatal (Firth *et al.*, 2019), de modo a poderem “atribuir valência positiva – em outras palavras, prazer” (Herculano-Houzel; 2012, p. 18) a comportamentos previamente idealizados por esses agentes. Como resultado, tornar-se-ia mais difícil “[...] integrar associações em muitas experiências diferentes para detectar estruturas comuns” que “formam abstrações, princípios gerais, conceitos e simbolismos” necessários para objetivos estruturantes (Miller, 2013). Por tudo isso, e em contraste com boa parte das abordagens cognitivistas aqui discutidas, seria principalmente a ausência de controle social sobre a economia da atenção que dificultaria o senso crítico de seus usuários.

INFODEMIA NO BRASIL

As determinações e contradições relativas à infodemia até aqui discutidas encontram, no Brasil, certas particularidades que, dadas sua complexidade e extensão, podemos ilustrar apenas com alguns exemplos. Segundo o Inaf Brasil 2018 (Instituto Paulo Montenegro; Ação Educativa, 2018), a maioria dos brasileiros tem dificuldade de interpretação plena de textos e dados visuais ou matemáticos. Ao mesmo tempo, somos a segunda população que mais horas fica conectada à internet (Kemp, 2023), sendo as camadas populares as que mais dependem da conexão por smartphone e dos conteúdos restritos pelo *zero-rating* (CGI.br, 2020). Segundo a pesquisa da CPI da covid-19, em 2020, 79% dos brasileiros tinham ou tiveram perfis em redes sociais, 64% usaram o WhatsApp como fonte frequente de informações, enquanto 49% adotaram o YouTube para esse fim, contra 39% que as buscavam em sites de notícias (Brasil, 2021). Não à toa, para 83% da população à época, as redes sociais influenciam muito a opinião das pessoas (Brasil, 2021).

Além disso, devemos considerar o papel da religiosidade nos fenômenos infodêmicos brasileiros. Podendo ser vista como uma determinante social da saúde (Idler, 2014), ela pode ter mais influência sobre seus públicos do que cientistas e agentes governamentais (Igreja [...], 2019; Quadri, 2020), sendo também uma mediação fundamental em processos de confiança (Sacramento; Paiva, 2020), decisões e condutas (Botelho, 2018), pois, em geral, seu discurso se apoia na autoridade divina (Franco; Vicente, 2021). Deve-se considerar que, ainda que as religiões possam atuar “como uma plataforma importante para a colaboração intersetorial com a ciência e o governo” (Lee *et al.*, 2022, tradução nossa), também podem ser acionadas para “a instrumentalização mútua entre religião e política” (Mariano; 2011, p. 251), e também com o mercado, podendo evidenciar projetos políticos em comum (Guerreiro; Almeida, 2021).

Por exemplo, o Decreto Presidencial nº 10.292/2020 (Brasil, 2020) estabeleceu as atividades religiosas como serviços essenciais, o que permitiu a aglomeração de fiéis em templos durante as tentativas de isolamento social de governos estaduais e municipais. Em seus pronunciamentos, Bolsonaro enfatizou constantemente que as quarentenas iriam colapsar a economia. Galhardi *et al.* (2020), Guerreiro e Almeida (2021), Massuchin e Santos (2021), assim como Sarto, Valamiel e Fernandes (2022), entre outros pesquisadores, sistematizaram várias declarações do ex-presidente, e também de políticos, empresários e líderes religiosos a ele alinhados, que se reforçaram mutuamente, promovendo o chamado tratamento precoce e a negação da eficácia das máscaras, do isolamento social e das vacinas.

Já os vídeos antivacina brasileiros publicados no YouTube e analisados por Brotas *et al.* (2021) apontaram como narrativas centrais os modos de vida baseados em terapias e curas naturais, o tom político e conspiratório e as crenças religiosas. Ainda, o empresário e pastor Silas Malafaia – então com 1,25 milhões de inscritos e 118 milhões de visualizações em seu canal (Massuchin; Santos, 2021) – afirmou que “ao invés

de você ler essas notícias que falam de morte e de quarentena, da epidemia e pandemia, olhe para a palavra de Deus e tome sua fé na palavra de Deus, porque essa, sim, faz você ficar imune a qualquer praga e a qualquer vírus, inclusive o coronavírus” (p. 2). Diante de todos esses casos, entende-se que o YouTube pode contribuir com a criação do citado efeito de influência contínua, devido ao fato de que 70% dos 4 bilhões de vídeos assistidos diariamente são recomendados algoritmicamente pela própria plataforma.

Durante a pandemia, 83% dos brasileiros com perfis em redes sociais afirmaram ter acessado, nelas, algum conteúdo desinformativo em geral, sendo 58% contra as vacinas anticovid, em específico (Brasil, 2021). Segundo pesquisa mundial da Avaaz (2020), 73% dos brasileiros entrevistados acreditaram que pelo menos um dos conteúdos que lhes foram apresentados com desinformação era verdadeiro ou provavelmente verdadeiro, contra 65% dos estadunidenses e 59% dos italianos. Além disso, segundo Galhardi *et al.* (2020, p. 4.204), nas denúncias de internautas no aplicativo Eu Fiscalizo, “10,5% das notícias falsas foram publicadas no Instagram, 15,8% no Facebook e 73,7% circularam via WhatsApp”. Curiosamente, segundo essa pesquisa, 26,6% da desinformação sobre a covid-19 publicada no Facebook e 71,4% daquelas distribuídas no WhatsApp atribuíam a Fiocruz como sua fonte.

Por tudo isso, no mesmo período, 87% dos brasileiros com perfis em redes sociais estavam preocupados com a quantidade de notícias falsas ou duvidosas sobre a pandemia e 93% achavam que elas trazem riscos para a sociedade; por isso, 92% achavam que quem divulgar notícias falsas sobre as vacinas contra o coronavírus deve ser punido; 94% acreditavam que as plataformas devem verificar a veracidade das informações nelas publicadas (Brasil, 2021) e 80% dos entrevistados pela Avaaz afirmaram que gostariam de receber correções de verificadores de fatos quando forem expostos a notícias falsas, já que, por exemplo, 57% deles não viram nenhuma correção ou rótulo de correção no Facebook (Avaaz, 2020).

Conforme os dados e análises apresentados, no Brasil a infodemia pode se expressar e ser potencializada pela dualidade entre a dificuldade de interpretação de informações e a desigual conectividade on-line de sua população, bem como pelos interesses político-econômicos que enredam mídias digitais, personalidades políticas, mercado e lideranças religiosas. Entretanto, esse quadro não encontra tal população como passiva e indefesa, pois, ao menos nas oportunidades revisadas neste trabalho, ela tem se posicionado a favor de princípios regulatórios que a protejam e a capacitem a navegar nesse contexto infodêmico.

MÚLTIPLAS RESPOSTAS

Na medida em que a infodemia, tal como a temos caracterizado, é um fenômeno intrínseco tanto ao complexo que compreende o neoliberalismo, a crise de sistemas de peritos e a economia da atenção, quanto a contextos como o brasileiro, seu enfrentamento torna-se bastante desafiador. Dado seu caráter multidimensional, as medidas empregadas para esse fim precisam ser igualmente diversas – o que nem sempre tem sido o caso –, ao mesmo tempo que, algumas vezes, seus efeitos podem prejudicar a liberdade de expressão, o debate democrático e o acesso à informação (Valente, 2019; Costa; Nóbrega; Maia, 2021).

Nossa revisão encontrou algumas abordagens e experiências que podem ser agrupadas em três diferentes (e não excludentes) formas de enfrentamento da infodemia e de fenômenos correlatos, sem que se pretenda uma sistematização exaustiva.

Regulação

Em termos de regulação estatal, atualmente diversos países implementam ou discutem – com distintos níveis de participação pública – leis que regulam a atuação das plataformas digitais em seus diferentes aspectos. Por exemplo, em 2022, a União Europeia aprovou sua Lei dos Serviços Digitais, que define “as obrigações e a responsabilização dos prestadores de serviços intermediários, em particular das plataformas”

pela “transparência e a responsabilização das plataformas pelos algoritmos que utilizam”, assim como pela regularização da “moderação de conteúdos” (Lei [...], 2022).

A China tem sido outra pioneira em medidas mais objetivas, tanto no controle das recomendações algorítmicas quanto no combate à desinformação, referida como “rumores” (Rodrigues; Xu, 2020). Nesse caso, o governo aplica campanhas e detenções contra a desinformação, além de comprometer as principais plataformas nesse combate. Nos EUA, não só não há leis federais nesse sentido, como a Seção 230 da Lei de Decência nas Telecomunicações (EUA, 1996) dá imunidade às plataformas em relação aos conteúdos de terceiros.

No Brasil, além do atual Marco Civil da Internet, está em discussão o Projeto de Lei nº 2.630/2020, o chamado PL das Fake News, que prevê diferentes formas de responsabilização pela produção e difusão de desinformação on-line. Dentre seus pontos polêmicos, destacam-se: a proposta de imunidade parlamentar nas redes sociais, além de outros privilégios para as chamadas “contas de interesse público” (ITS, 2022), bem como a atribuição, de diferentes formas, do Comitê Gestor da Internet (CGI) e das plataformas para fiscalização e outras medidas contra a desinformação, sem a devida transparência e responsabilização de tais empresas acerca de seus critérios para essa tarefa (CDR, 2020). O PL ainda não reuniu maioria parlamentar para sua aprovação, principalmente devido aos já citados projetos políticos em comum entre mercado, líderes religiosos e partidos conservadores⁴.

Já na autorregulação, são as plataformas e aplicativos que, de forma independente dos governos, adotam medidas e regras para alegadamente enfrentar a infodemia e fenômenos conexos. Em parte já introduzida anteriormente, essa resposta tem sido adotada em vários países, com maior ou menor combinação com a regulação estatal (Valente, 2019). Nossa revisão sugere que a autorregulação, especialmente quando em oposição à regulação estatal, tem sido uma forma de o mercado e seus aliados preservarem esse modelo de negócios, para protegê-lo do escrutínio público, e tem agido de forma seletiva, deficiente e opaca no combate à desinformação (Crain; Nadler, 2019; Intervezes, 2018).

Um último aspecto regulatório diz respeito ao *zero-rating*. Além da discussão já feita aqui e para além da incidência política para garantia de acesso à internet como serviços essenciais (CDR, 2020), nossa revisão não encontrou farta discussão sobre alternativas a essa modalidade. A suposta extensão de acesso via acordos comerciais como o *zero-rating* tem sido empregada pelo mercado, sugerindo a sensação de acesso real às pessoas – apesar de as tornar reféns da concorrência econômica desleal. A esse despeito, segundo o Internet Society (2020), o fim do *zero-rating* em países como a Alemanha não prejudicou os usuários justamente porque, em resposta, as operadoras aumentaram os pacotes de dados, mantendo seus preços em geral.

Psicotecnologias

As **psicotecnologias digitais**, consideradas um amplo conjunto de teorias, técnicas e tecnologias que buscam modular a percepção, a experiência, a significação e as atividades dos indivíduos, principalmente a partir da gestão algorítmica de ofertas digitais, da IA e do design da experiência do usuário (Gonçalves, 2023). Por isso, elas têm sido uma das principais mediações para a disseminação da infodemia, tal como discutido neste trabalho. Por outro lado, tanto o mercado de ofertas digitais quanto, principalmente, as ciências cognitivas têm argumentado que elas podem ser empregadas justamente para gerar efeitos contrários (Ecker *et al.*, 2022). Diversas pesquisas têm buscado demonstrar, sem consenso mesmo nesses setores (Eysenck; Keane, 2017) que, por exemplo, cutucadas (*nudges*) de correção discretamente inseridas na interface de aplicativos podem mitigar a propagação da infodemia (Pennycook *et al.*, 2020).

⁴ Uma síntese da promoção desses projetos comuns pode ser vista nos conteúdos de autoria da Google Brasil divulgados a seus usuários na véspera da tentativa de votação do projeto de lei (Lacerda, 2023).

Ocorre que o uso de psicotecnologias, seja para a disseminação ou o enfrentamento desse fenômeno, parte de abordagens problemáticas da relação entre percepção, significação, atividades e agência do ser social. Em certos casos, elas assumem crenças reducionistas e discutíveis sobre um ser social previsivelmente racional (Ariely, 2008), as quais, além de mistificar e sobrepesar o conceito de razão e o papel da cognição, tratam essa suposta característica humano-social como naturalmente dada e não sócio-historicamente posta (Gonçalves *et al.*, 2022). Assim, se tal agenciamento⁵ frágil e falível poderia ser explorado infodemicamente para pautas político-culturais furtivas, também poderia ser corrigido por um paternalismo libertário (Thaler; Sunstein, 2003) embarcado em *affordances*, arquiteturas de decisão, design de interfaces digitais e suas recompensas variáveis (Ecker *et al.*, 2022; Gonçalves, 2023).

Por certo, na medida em que tais limitações da agência são uma realidade sócio-historicamente posta (Padula, 2021), é possível inferir que certas psicotecnologias podem induzir comportamentos de mitigação da infodemia (Ecker *et al.*, 2022). Entretanto, a ênfase nessas proposições pode reiterar e contribuir com a reprodução dessa realidade, na medida em que pode desenfatar alternativas de fortalecimento do agenciamento de indivíduos e sociedades.

Letramentos e competências

Muitas dessas alternativas citadas giram em torno dos conceitos de letramento digital e afins, que têm diferentes significados. Neles, os usuários de tecnologias digitais poderiam se tornar mais competentes e resilientes ante a infodemia. Nossa revisão identificou conceitos baseados, principalmente: na didática, como a educação midiática e tecnológica (CGI.br, 2020), o letramento funcional em saúde (Pedrosa *et al.*, 2022) e a literacia em saúde (Sousa, 2022); nas competências influenciadas pelo cognitivismo e pela teoria da autoeficácia, como a *eHealth Literacy* (Norman; Skinner, 2006), e em outras, que dizem respeito à agência individual e coletiva, como o empoderamento digital (Intervozes, 2020) e a competência crítica em informação (Schneider, 2019).

Todas essas abordagens têm suas limitações. Boa parte daquelas baseadas na literacia e no cognitivismo pode reiterar o enquadramento da agência humano-social entre limitações e vieses, atribuindo um exclusivo ou excessivo papel de agentes externos e alegadamente mais capacitados para esse fortalecimento, como cientistas, intelectuais, educadores (Norman; Skinner, 2006) e até o mercado (Lankshear; Knobel, 2008). Embora a competência crítica em informação apresente uma série de superações em relação às demais abordagens, sua origem parece ainda pouco específica e sua ideia de conhecimento autorreflexivo é desafiada pelos contextos já discutidos, caracterizando essa abordagem como ainda em construção.

CONCLUSÕES

Nesta revisão, encontramos a infodemia como uma das expressões e mediações de um complexo de fenômenos político-econômicos, epistemológicos, sociotécnicos e psicossociais significativamente determinados pelo capitalismo neoliberal. Demonstramos como as formas de sua compreensão e enfrentamento têm sido divergentes, até antagônicas e de efetividade incerta ou ainda a ser evidenciada. No caso brasileiro, apontamos dados e seus contextos, que sugerem ainda mais impedimentos para que indivíduos e sociedade resistam e participem desse enfrentamento, inclusive por meio do Estado.

Entretanto, ao abordarmos a infodemia pelo prisma dos princípios do SUS, podemos contribuir com essa discussão, enfatizando a participação social organizada como seu principal “tratamento”, especialmente no desenvolvimento de uma consciência sanitária e na formulação e gestão de políticas públicas de saúde (Fleury,

⁵ Aqui entendido como “o exercício de controle do indivíduo sobre as condições relevantes para a satisfação de suas necessidades por meio da participação na produção social” (Sevignani, 2019, p. 530).

2009) e de acesso à informação (Stevanim; Murтинho, 2021). Trata-se de direitos que só podem se realizar no processo de organização da vida cotidiana e por meio de sujeitos cada vez mais informacionais (Moraes, 1998).

Essa abordagem nos possibilita algumas conclusões praxiológicas sobre a infodemia. Na busca do ser social pela compreensão de sua realidade, que depende, em grande medida, dos significados sociais herdados, estes podem lhe introduzir ou impor ideias distorcidas ou fantásticas sobre tais processos da vida cotidiana (Leontiev, 1980). Essas ideias podem resistir a vários tipos de correções, sejam psicotecnológicas ou didáticas, pois eventos históricos (como a Reforma Sanitária) têm sugerido que “somente os grandes confrontos da vida” podem superar tais distorções (Leontiev, 1980, p. 18).

Por isso, se a infodemia está implicada nas disputas da ordem social vigente, a participação política organizada (por dentro e por fora do Estado) é o principal meio e resultado do desenvolvimento de sujeitos políticos (e não apenas consumidores e usuários) com as capacidades críticas necessárias para enfrentá-la numa sociabilidade cada vez mais digitalizada – podendo, assim, participar dessas disputas mais amplas.

Nesses termos, como aprendemos com a Constituição de 1988 e a criação do SUS (Fleury, 2009), o enfrentamento efetivo da infodemia não resultará da benevolência de mercados ou governos, mas dos grandes confrontos coletivos – que, inclusive, podem e devem se objetivar em medidas regulatórias e na educação midiática escolar como alguns de seus pontos de partida.

Por fim, uma vez que se trata de um fenômeno multideterminado e multifacetado, mais estudos interdisciplinares sobre esse tema precisam ser desenvolvidos e debatidos, de modo a contribuir com tal participação política e sua consciência sanitária.

REFERÊNCIAS

ALTAY, Sacha; ARAUJO, Emma de; MERCIER, Hugo. “If this account is true, it is most enormously wonderful”: interestingness-if-true and the sharing of true and false news. **Digital Journalism**, London, v. 10, n. 3, p. 373-394, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1941163>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2021.1941163>. Acesso em: 17 set. 2024.

AMIN, Samir. **O império do caos**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

AMON, Denise; IDIART, Sofia A. A. Linguagem: uma abordagem histórica e conceitual para a compreensão e crítica à pós-verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; AMON, Denise; GUERRA, André (org.). **Psicologia, comunicação e pós-verdade**. Florianópolis: Abrasp, 2017. p. 53-81.

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL). **Relatório analítico do impacto da pandemia de covid-19 no setor de telecomunicações do Brasil**. 2. ed. Brasília, DF, jun.-jul. 2021. Disponível em: https://sei.anatel.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?eEP-wqk1skrd8hSik5Z3rN4EVg9uLJqrLYJw_9INcO5BitmjawlrUf6lt6H5yefTqyMayOyIzRWIke7CzLQ2BN9zIRTAUIDIhNvEKBlaiNBGhEwfZfmi9-_Z0xYmPVzG. Acesso em: 10 fev. 2023.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

ARCHER, Margaret Scotford; TRITTER, Jonathan Q. (ed.). **Rational choice theory**: resisting colonization. London: Psychology Press, 2000.

ARIELY, Dan. **Previsivelmente irracional**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2008.

AVAAZ. **O Brasil está sofrendo uma infodemia de covid-19**: os brasileiros acreditam mais em notícias falsas que os italianos e os estadunidenses. [S. l.], 4 maio 2020. Disponível em: https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/. Acesso em: 28 mar. 2023.

BENTES, Anna. **Da Madison Avenue ao Vale do Silício**: ciências comportamentais do engajamento, tecnologias de influência e economia da atenção. 2022. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://psiapps.medialabufjr.net/wp-content/uploads/2022/09/Tese-Anna-Bentes.pdf>. Acesso em: 17 set. 2024.

BEZERRA, Arthur C.; CAPURRO, Rafael; SCHNEIDER, Marco. Regimes de verdade e poder: dos tempos modernos à era digital. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro; Brasília, DF, v. 13, n. 2. DOI: <https://doi.org/10.18617/liinc.v13i2.4073>. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/4073>. Acesso em: 1 set. 2024.

BONSANTO, André. Narrativas “historiográfico-midiáticas” na era da pós-verdade: um olhar sobre o revisionismo histórico para além das *fake news*. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro; Brasília, DF, v. 17, n. 1, p. e5631, maio 2021. DOI: <https://doi.org/10.18617/liinc.v17i1.5631>. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5631/5269>. Acesso em: 1 set. 2024.

BOTELHO, Marcos C. O problema do discurso religioso nas sociedades líquidas e a efetivação do direito fundamental à liberdade de crença. **Direito e Liberdade**, Natal, v. 20, n. 1, p. 113-140, 2018. Disponível em: https://ww2.esmarn.tjm.jus.br/revistas/index.php/revista_direito_e_liberdade/article/view/1327. Acesso em: 17 set. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. rev., 2. reimpr. Porto Alegre: Zouk, 2015.

BRASIL. Presidência da República. Decreto nº 10.292, de 25 de março de 2020. Altera o Decreto nº 10.282, de 20 de março de 2020, que regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, p. 1, 26 mar. 2021. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=DEC&numero=10292&ano=2020&ato=681UTRU1EMZpWtF73>. Acesso em: 18 mar. 2024.

BRASIL. Senado Federal. **Pesquisa DataSenado**: CPI covid-19 e vacina. Brasília, DF, 2021. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/603372>. Acesso em: 28 mar. 2023.

BROTAS, Antonio Marcos Pereira, *et al.* Discurso antivacina no YouTube: a mediação de influenciadores. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 72-91, jan.-mar. 2021. DOI: <https://doi.org/10.29397/reciis.v15i1.2281>. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2281>. Acesso em: 17 set. 2024.

CAMPOS, Francisco Eduardo; ALBUQUERQUE, Eduardo. As especificidades contemporâneas do trabalho no setor saúde: notas introdutórias para uma discussão. In: CASTRO, Janete Lima de; SANTANA, José Paranaguá de (org.). **Negociação coletiva do trabalho em Saúde**. Brasília, DF: Opas/OMS; Natal: UFRN/Nesc, 1998. p. 41-70.

CANGUILHEM, Georges. What is scientific ideology? **Radical Philosophy**, [s. l.], v. 29, p. 19-25, 1981.

CESARINO, Letícia. O fetichismo do QAnon. **Jacobin Brasil**, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://jacobin.com.br/2020/11/o-fetichismo-do-qanon>. Acesso em: 21 dez. 2020.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu, 2022.

CESARINO, Letícia. Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. **Ilha**, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 73-96, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8034.2021.e75630>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/75630>. Acesso em: 17 set. 2024.

COALIZÃO DIREITOS NA REDE (CDR). **Posicionamento sobre o Projeto de Lei 2.630/2020**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://intervenozes.org.br/wp-content/uploads/2020/06/CDR-Posicionamento-PL2630-29MAIO2020.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2023.

COLLINGTON, Rosie. Disrupting the welfare state? Digitalisation and the retrenchment of public sector capacity. **New Political Economy**, London, v. 27, n. 2, p. 312-328, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/13563467.2021.1952559>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13563467.2021.1952559>. Acesso em: 17 set. 2024.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET (CGI.BR). **Relatório Internet, desinformação e democracia**. São Paulo: CGI.br, 2020. Disponível em: <https://www.cgi.br/publicacao/relatorio-internet-desinformacao-e-democracia/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

COMOR, Edward. Contextualizing and critiquing the fantastic prosumer: power, alienation and hegemony. **Critical Sociology**, [s. l.], v. 37, n. 3, p. 309-327, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1177/0896920510378767>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0896920510378767>. Acesso em: 17 nov. 2024.

COSTA, Luciana Miranda; NÓBREGA, Lizete Barbosa da; MAIA, Carolina Toscano. Combate à desinformação na pandemia da covid-19. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, Aracaju, v. 23, n. 1, p. 162-177, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/epic/article/view/14647>. Acesso em: 17 set. 2024.

CRAIN, Matthew; NADLER, Anthony. Political manipulation and internet advertising infrastructure. **Journal of Information Policy**, v. 9, n. 1, p. 370-410, 2019.

DAMÁSIO, António. **O erro de Descartes**: emoção, razão e o cérebro humano. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

DANTAS, Marcos. The financial logic of internet platforms: the turnover time of money at the limit of zero. **Triple C**, Paderborn, v. 17, n. 1, p. 132-158, 2019.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**. São Paulo: Boitempo, 2017.

DATA Broker Market: Global Industry Forecast (2022-2029). **Maximize Market Research**, Pune, 2022. Disponível em: <https://www.maximizemarketresearch.com/market-report/global-data-broker-market/55670/>. Acesso em: 3 dez. 2022.

DISTRIBUTION of free and paid Android apps in the Google Play Store. **Statista**, [S. I.], 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/266211/distribution-of-free-and-paid-android-apps/>. Acesso em: 9 mar. 2024.

DUMÉNIL, Gérard; LÉVY, Dominique. **Capital resurgent**: roots of the neoliberal revolution. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2004.

EAGLETON, Terry. **As ilusões do pós-modernismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ECKER, Ullrich K. H. *et al.* The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. **Nature Reviews Psychology**, London, p. 13-29, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s44159-021-00006-y>. Acesso em: 10 nov. 2022.

EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos**: como as *fake news*, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. São Paulo: Vestígio, 2019.

EYSENBACH, Gunther. How to fight an infodemic: the four pillars of infodemic management. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 22, n. 6, p. p. e21820, 2020. DOI: <https://doi.org/10.2196%2F21820>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2020/6/e21820/>. Acesso em: 17 set. 2024.

EYSENCK, Michael W.; KEANE, Mark t. **Manual de psicologia cognitiva**. Porto Alegre: Artmed, 2017.

ESCOLÀ-GASCÓN, Álex *et al.* Who falls for fake news? Psychological and clinical profiling evidence of fake news consumers. *Personality and Individual Differences*, v. 200, p. 111893, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111893>.

EUA. Department of Justice. **Department of Justice's Review of Section 230 of The Communications Decency Act of 1996**. Disponível em: <https://www.justice.gov/archives/ag/department-justice-s-review-section-230-communications-decency-act-1996>. Acesso em: 18 set. 2024.

FABER, Jean. Viés cognitivo: quando ser racional não é o bastante. **Ciências em Saúde**, Itajubá, v. 4, n. 4, p. 2-8, out.-dez. 2014. DOI: <https://doi.org/10.21876/rcsfmit.v4i4.536>. Disponível em: https://portalrcs.hcitajuba.org.br/index.php/rcsfmit_zero/article/view/536. Acesso em: 17 set. 2024.

FIRTH, Joseph *et al.* The “online brain”: how the Internet may be changing our cognition. **World Psychiatry**, [s. l.], v. 18, n. 2, p. 119-129, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1002/wps.20617>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/wps.20617>. Acesso em: 02 fev. 2022.

FLEURY, Sonia. Reforma sanitária brasileira: dilemas entre o instituinte eo instituído. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 3, p. 743-752, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232009000300010>.

FORTUNE global 500. **Fortune**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://fortune.com/global500>. Acesso em: 24 jul. 2024.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FRANCO, Bruna de Mello; VICENTE, Maximiliano Martin. Religião e negacionismo no cenário da pandemia da covid-19. **Relegens Thréskeia**, Curitiba, v. 10, n. 2, p. 78-99, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/rt.v10i2.82400>. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/relegens/article/view/82400>. Acesso em: 17 set. 2024.

GALHARDI, Cláudia Pereira *et al.* Fato ou *fake*? Uma análise da desinformação frente à pandemia da covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, p. 4.201-4.210, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-812320202510.2.28922020>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/XnfpYRR45Z4nXskC3PTnp8z/>. Acesso em: 17 set. 2024.

GONÇALVES, Luis Henrique do Nascimento. **Máquinas automáticas**: trabalho, mente estendida e subjetividade sob o fetiche da mercadoria. 2023. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/36263>. Acesso em: 8 ago. 2023.

GONÇALVES, Luis Henrique do Nascimento *et al.* Dimensões subjetivas na saúde digital. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro; Brasília, DF, v. 18, n. 2, p. e6053, 2022. DOI: <https://doi.org/10.18617/liinc.v18i2.6053>. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6053>. Acesso em: 1 set. 2024.

GONÇALVES, Luis Henrique do Nascimento; FURTADO, Odair. The fake simple exchange between Facebook and its prosumers. **Socioscapes**: International Journal of Societies, Politics and Cultures, Palermo, v. 2, p. 181-206, 2021. Disponível em: <http://www.socioscapes.org/index.php/sc/article/view/114>. Acesso em: 17 set. 2024.

GUERRA, André; BARBOSA, Cláudia. Crítica e pós-verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; AMON, Denise; GUERRA, André (org.). **Psicologia, comunicação e pós-verdade**. Florianópolis: Abrasp, 2017. p. 101-160.

GUERREIRO, Clayton; ALMEIDA, Ronaldo de. Negacionismo religioso: Bolsonaro e lideranças evangélicas na pandemia de covid-19. **Religião & Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 41, p. 49-74, 2021.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

HABGOOD-COOTE, Joshua. Stop talking about fake news! **Inquiry**, [s. l.], v. 62, n. 9-10, p.1.033-1.065, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1080/0020174X.2018.1508363>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0020174X.2018.1508363>. Acesso em: 17 set. 2024.

HARVEY, David. **A brief history of neoliberalism**. Oxford: Oxford University Press, 2005.

HENTSCHKE-LOPES, Marina *et al.* Vendas de “kit-covid” e reações adversas a esses medicamentos relatadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 38, n. 7, p. e00001022, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0102-311XEN001022>. Disponível em: <https://cadernos.ensp.fiocruz.br/ojs/index.php/csp/article/view/7900/19212>. Acesso em: 17 set. 2024.

HERCULANO-HOUZEL, Suzana. **Sexo, drogas, rock’n’roll... & chocolate**: o cérebro e os prazeres da vida cotidiana. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2012.

HUGHES, Brent L.; ZAKI, Jamil. The neuroscience of motivated cognition. **Trends in Cognitive Sciences**, Cambridge, MA, v. 19, n. 2, p. 62-64, 2015.

IDLER, Ellen L. (ed.). **Religion as a social determinant of public health**. New York: Oxford University Press, 2014.

IGREJA se mantém como instituição que os brasileiros mais confiam. **Agência CNT**, Brasília, DF, 2019. Disponível em: <https://www.cnt.org.br/agencia-cnt/igreja-mantem-instituicao-brasileiros-confiam-cntmda>. Acesso em 15 dez. 2022.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA E SOCIEDADE (ITS). **9 pontos de atenção sobre o PL das Fake News (PL 2.630/20)**. Rio de Janeiro: ITS, 2022. Disponível em: https://itsrio.org/wp-content/uploads/2020/06/9-pontos-de-atencao-sobre-o-PL-das-Fake-News_PL-2630-20.pdf. Acesso em: 28 mar. 2023.

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO; AÇÃO EDUCATIVA. **Inaf Brasil 2018**: resultados preliminares. [S. l.], 2018. Disponível em: https://alfabetismofuncional.org.br/wp-content/uploads/2020/03/Inaf2018_Relato%CC%81rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf. Acesso em: 27 jan. 2022.

INTERNET SOCIETY. **The Internet Health Report**: what’s helping (and what’s hurting) our largest global resource. Reston: Internet Society, 2020. Disponível em: <https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2020/08/2020-Internet-Health-Report.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2023.

INTERVOZES. **Direito à comunicação e internet**: o empoderamento digital como garantia deste direito no ambiente online. São Paulo: Intervozes, 2018. Disponível em: <https://intervozes.org.br/publicacoes/direito-a-comunicacao-e-internet-o-empoderamento-digital-como-garantia-desse-direito-no-ambiente-online/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

JAMIESON, Kathleen H.; CAPPELLA, Jamieson N. **Echo chamber**: Rush Limbaugh and the conservative media establishment. Oxford; New York: Oxford University Press, 2008.

JUSTIÇA determina remoção de fake news que associam vacina à aids. **Cofen**, Brasília, DF, 19 dez. 2023. Disponível em: <https://www.cofen.gov.br/justica-determina-remocao-de-fake-news-que-associam-vacina-a-aids/>. Acesso em: 29 dez. 2023.

KEMP, Simon. Digital 2023: Global Overview Report. **DataReportal**, [s. l.], 23 Jan. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 18 set. 2024.

KEYES, Ralph. **The post-truth era: dishonesty and deception in contemporary life**. New York: Macmillan, 2004.

KORYBKO, Andrew. **Guerras híbridas, das revoluções coloridas aos golpes**. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

KRAUSE, Nicole M.; FREILING, Isabelle; SCHEUFELE, Dietram A. The “infodemic” infodemic: toward a more nuanced understanding of truth-claims and the need for (not) combatting misinformation. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, [s. l.], v. 700, n. 1, p. 112-123, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/00027162221086263>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00027162221086263>. Acesso em: 17 set. 2024.

LACERDA, Marcelo. Como o PL 2.630 pode piorar a sua internet. In: GOOGLE. **Blog do Google Brasil**, São Paulo, 27 abr. 2023. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-pl-2630-pode-piorar-a-sua-internet/>. Acesso em: 30 dez. 2023.

LANE, Silvia T.; CODO, Wanderley (org.). **Psicologia social: o homem em movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

LANKSHEAR, Colin; KNOBEL, Michele (ed.). **Digital literacies: concepts, policies and practices**. Lausanne: Peter Lang, 2008.

LEE, Mikyung *et al.* “A divine infection”: a systematic review on the roles of religious communities during the early stage of covid-19. **Journal of Religion and Health**, [s. l.], v. 61, n. 1, p. 866-919, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1007%2Fs10943-021-01364-w>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10943-021-01364-w>. Acesso em: 17 set. 2024.

LEI dos serviços digitais: novas obrigações para as plataformas e um ambiente em linha mais seguro para os utilizadores. **Parlamento Europeu**, Lisboa, 20 jan. 2022. Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/press-room/20220114IPR21017/lei-dos-servicos-digitais-um-ambiente-em-linha-mais-seguro-para-os-utilizadores>. Acesso em: 10 mar. 2023.

LELO, Thales; FÍGARO, Roseli. A materialist approach to fake news. In: López-García, Guillermo *et al.* (ed.). **Politics of disinformation: the influence of fake news on the public sphere**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2021. p. 23-34.

LEONTIEV, Alexis. **Atividade e consciência**. Práxis: a categoria materialista de prática social. Lisboa: Livros Horizonte, 1980, 2: 49-77.

LEWANDOWSKY, Stephan; ECKER, Ullrich K. H.; COOK, John. Beyond misinformation: understanding and coping with the “post-truth” era. **Journal of Applied Research in Memory and Cognition**, Washington, DC, v. 6, n. 4, p. 353-369, 2017.

LUKÁCS, György. **Para uma ontologia do ser social**. v. 2. São Paulo: Boitempo, 2013.

LUPTON, Deborah. The digitally engaged patient: self-monitoring and self-care in the digital health era. **Social Theory & Health**, [s. l.], v. 11, n. 3, p. 256-270, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1057/sth.2013.10>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1057/sth.2013.10>. Acesso em: 17 set. 2024.

MAIER, Maximilian *et al.* No evidence for nudging after adjusting for publication bias. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, Washington, DC, v. 119, n. 31, p. e2200300119, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1073%2Fpnas.2200300119>. Disponível em: <https://www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.2200300119>. Acesso em: 17 set. 2024.

MARIANO, Ricardo. Laicidade à brasileira: católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública. **Civitas: revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 238-258, 2011. DOI: <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2011.2.9647>. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/civitas/article/view/9647>. Acesso em: 17 set. 2024.

MASSUCHIN, Michele Goulart; SANTOS, Marcela Barba. A intersecção entre desinformação, religião e pandemia: a atuação de canais religiosos no YouTube no contexto da covid-19. **Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, Rio Branco, v. 10, n. 1, p. 1-30, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4537>. Acesso em: 17 set. 2024.

MÉSZÁROS, István. **A crise estrutural do capital**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020.

MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 197-208, 1999. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-20701999000100011>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ts/a/XwvpYqjz4DpyNBbzXRd4cn/>. Acesso em: 17 set. 2024.

MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo no novo ambiente comunicacional: uma reavaliação da noção do “jornalismo como sistema perito”. **Tempo Social**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 195-216, 2022. DOI: <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2022.195368>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ts/a/trT8yMHYXCSYDjrSVvjHWtJ/>. Acesso em: 17 set. 2024.

MILLER, Earl K. The “working” of working memory. **Dialogues in clinical neuroscience**, [s. l.], v. 15, n. 4, p. 411-418, 2013. DOI: <https://doi.org/10.31887%2FDCNS.2013.15.4%2Femiller>. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/191666.191703>. Acesso em: 18 set. 2024.

MORAES, Ilara Hämmerli Sozzi de; SANTOS, Silvia R. Informação em saúde: os desafios continuam. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 37-51, 1998. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-812319983102772014>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/DqvbxK7D5P954wkWx5X6vVc/>. Acesso em: 17 set. 2024.

MOROZOV, Evgeny. **Big tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu, 2018.

MOST of us spend nearly a third of our lives looking at devices. **NordVPN**, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://nordvpn.com/pt-br/research-lab/lifetime-online/>. Acesso em 3 mar. 2023.

NAJAR, Alberto; CASTRO, Leonardo. Um nada ‘admirável mundo novo’: medo, risco e vulnerabilidade em tempos de covid-19. **Saúde em Debate**, Rio de Janeiro, v. 45, n. especial 2, p. 142-155, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/0103-11042021E210>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sdeb/a/vfHDxPzzW4bvtsrYvZtTCjf/>. Acesso em: 17 set. 2024.

NASCIMENTO, Leonardo *et al.* Públicos refratados: grupos de extrema-direita brasileiros na plataforma Telegram. **Internet e Sociedade**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 31-60, 2022. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/publicos-refratados-grupos-de-extrema-direita-brasileiros-na-plataforma-telegram/>. Acesso em: 20 jan. 2023.

NODDER, Chris. **Evil by Design**: Interaction design to lead us into temptation. Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc., 2013.

NORMAN, Cameron D.; SKINNER, Harvey A. eHEALS: the eHealth literacy scale. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 8, n. 4, p. e507, 2006. DOI: <https://doi.org/10.2196/jmir.8.4.e27>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2006/4/e27>. Acesso em: 17 set. 2024.

NORMAN, Donald A. **Design emocional**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

NUMBER of internet users worldwide from 2005 to 2023. **Statista**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>. Acesso em: 18 set. 2024.

ORESQUES, Naomi; CONWAY, Erik M. **Merchants of doubt**: how a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smoke to global warming. New York: Bloomsbury Publishing, 2011.

PADULA, Raphael. **A disputa de poder global e a ordem liberal no século XXI**. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2021. (Série Saúde amanhã: textos para discussão, n. 58).

PEDROSA, Sheila Mara *et al.* (org.). **Engajamento do paciente**. 2. ed. Goiânia: Cegraf UFG, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/items/ec1fc4ce-2fe6-4f5a-93ac-35b2c13834ec>. Acesso em: 1 abr. 2023.

PENNYCOOK, Gordon *et al.* Fighting covid-19 misinformation on social media: experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. **Psychological Science**, Thousand Oaks, v. 31, n. 7, p. 770-780, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/0956797620939054>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0956797620939054>. Acesso em: 17 set. 2024.

PENNYCOOK, Gordon; RAND, David G. The psychology of fake news. **Trends in Cognitive Sciences**, Cambridge, MA, v. 25, n. 5, p. 388-402, 2021. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.tics.2021.02.007>. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2021-29301-001>. Acesso em: 17 set. 2024.

PENTLAND, Alex. Society's nervous system: building effective government, energy, and public health systems. **Computer**, Long Beach, v. 45, n. 1, p. 31-38, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1109/MC.2011.299>. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1109/MC.2011.299>. Acesso em: 17 set. 2024.

PEREZ, Carlota. Technological revolutions and techno-economic paradigms. **Cambridge Journal of Economics**, Oxford, v. 34, n. 1, p. 185-202, 2010. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/24232030>. Acesso em: 17 set. 2024.

PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia**. v. 1. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

PORTER, Michael E.; TEISBERG, Elizabeth Olmsted. **Redefining health care**: creating value-based competition on results. Cambridge, MA: Harvard Business Press, 2006.

PROCTOR, Robert; SCHIEBINGER, Londa (ed.). **Agnology**: the making and unmaking of ignorance. Stanford: Stanford University Press, 2008. *E-book*. Disponível em: <https://www.sup.org/books/title/?id=11232>. Acesso em: 27 jan. 2023.

QUADRI, Sayed A. Covid-19 and religious congregations: implications for spread of novel pathogens. **International Journal of Infectious Diseases**, Hamilton, ON, v. 96, p. 219-221, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.05.007>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1201971220303131>. Acesso em: 17 set. 2024.

RODRIGUES, Usha M.; XU, Jian. Regulation of covid-19 fake news infodemic in China and India. **Media International Australia**, [s. l.], v. 177, n. 1, p. 125-131, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1329878X20948202>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1329878X20948202>. Acesso em: 17 set. 2024.

ROSA, Hartmut. **Aceleração**: a transformação das estruturas temporais na modernidade. São Paulo: Unesp, 2019.

ROSS ARGUEDAS, Amy *et al.* Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review. **Reuters Institute for the Study of Journalism**, Oxford, 19 jan. 2022. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review>. Acesso em: 11 fev. 2023.

SACRAMENTO, Igor; PAIVA, Raquel. Fake news, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil. **MATRIZES**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 79-106, 2020. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i1p79-106>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizas/article/view/160081>. Acesso em: 17 set. 2024.

SAILER, Michael *et al.* How gamification motivates: an experimental study of the effects of specific game design elements on psychological need satisfaction. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 69, p. 371-380, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.033>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074756321630855X>. Acesso em: 17 set. 2024.

SANTOS FILHO, Gildo Magalhães dos. A ciência é uma ideologia? **Intelligere**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 100-111, 2016. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2447-9020.intelligere.2016.112277>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revistaintelligere/article/view/112277>. Acesso em: 17 set. 2024.

SARTO, Giovanna; VALAMIEL, Paulina; FERNANDES, Sílvia. Entre clamor, transição e vibrações: controvérsias sobre conservadorismo e campo religioso brasileiro no contexto da covid-19. **Cultura y Religión**, Iquique, v. 16, n. 1, p. 100-136, 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-47272022000100005>. Disponível em: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-47272022000100005&lng=es&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 17 set. 2024.

SCHNEIDER, Marco. CCI/7: competência crítica em informação (em 7 níveis) como dispositivo de combate à pós-verdade. In: BEZERRA, Arthur C. *et al.* (org.). **iKritika**: estudos críticos em informação. Rio de Janeiro: Garamond, 2019. p. 73-116.

SEVIGNANI, Sebastian. The development of informational needs and prospects of a needs-based critique of digital capitalism. **Annual Review of Critical Psychology**, [s. l.], v. 16, p. 523-543, 2019. Disponível em: <https://discourseunit.com/wp-content/uploads/2019/12/0523.pdf>. Acesso em: 17 set. 2024.

SILVA, Ilaydiany Cristina Oliveira da; PIRES, Laís Medeiros; PAIVA, Miriam Martins. Engajamento informacional da sociedade no Facebook do Ministério da Saúde do Brasil. **Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud**, La Habana, v. 33, p. e1917, 2022. Disponível em: <https://acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/1917>. Acesso em: 18 set. 2024.

SILVERMAN, Craig *et al.* How Google's ad business funds disinformation around the world. **ProPublica**, New York, 29 Oct. 2022. Disponível em: <https://www.propublica.org/article/google-alphabet-ads-fund-disinformation-covid-elections>. Acesso em: 30 jan. 2023.

SINGH, Karandeep *et al.* Misinformation, believability, and vaccine acceptance over 40 countries: takeaways from the initial phase of the covid-19 infodemic. **PLoS One**, San Francisco, v. 17, n. 2, p. e0263381, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263381>. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0263381>. Acesso em: 18 set. 2024.

SOUSA, Amanda Moura de; ROSA, Luiz Pinguelli. A percepção da realidade em meio à infodemia da covid-19. **Scientiarum Historia**, Rio de Janeiro, v. 1, p. e311, 2021. DOI: https://doi.org/10.51919/revista_sh.v1i0.311. Disponível em: <https://revistas.hcte.ufrj.br/index.php/RevistaSH/article/view/311>. Acesso em: 18 set. 2024.

SOUSA, Rosane Aparecida de. Literacia para a saúde: habilidades para lidar com as informações sobre saúde podem ajudar a construir novos caminhos na saúde pública. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 175-187, 2022. DOI: <https://doi.org/10.29397/reciis.v16i1.3221>. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3221>. Acesso em: 18 set. 2024.

STEVANIM, Luiz Felipe; MURTINHO, Rodrigo. **Direito à comunicação e saúde**. SciELO-Editora FIOCRUZ, 2021.

STREECK, Wolfgang. **Tempo comprado: a crise adiada do capitalismo democrático**. São Paulo: Boitempo, 2019.

SUNDAR, S. Shyam; LIMPEROS, Anthony M. Uses and grats 2.0: new gratifications for new media. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, London, v. 57, n. 4, p. 504-525, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08838151.2013.845827>. Acesso em: 18 set. 2024.

TANGCHAROENSATHIEN, Viroj *et al.* Framework for managing the covid-19 infodemic: methods and results of an online, crowdsourced WHO technical consultation. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 22, n. 6, p. e19659, 2020. DOI: <https://doi.org/10.2196/19659>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2020/6/e19659/>. Acesso em: 18 set. 2024.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. Libertarian paternalism. **The American Economic Review**, Washington, DC, v. 93, n. 2, p. 175-179, 2003. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/3132220>. Acesso em: 18 set. 2024.

TELECO, Plataforma. Disponível em: <https://www.teleco.com.br/quemsomos.asp>. Acesso em: 20 set. 2024.

VALENTE, Jonas C. L. Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema. **Comunicação Pública**, Lisboa, v. 14, n. 27, 2019. DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.5262>. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/5262>. Acesso em: 18 set. 2024.

VALENZUELA, Sebastián *et al.* The paradox of participation versus misinformation: social media, political engagement, and the spread of misinformation. **Digital Journalism**, London, v. 7, n. 6, p. 802-823, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623701>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2019.1623701>. Acesso em: 18 set. 2024.

VAN ZONEN, Liesbet. I-pistemology: changing truth claims in popular and political culture. **European Journal of Communication**, [s. l.], v. 27, n. 1, p. 56-67, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323112438808>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0267323112438808>. Acesso em: 18 set. 2024.

VARGO, Stephen L.; LUSCH, Robert F. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 68, n. 1, p. 1-17, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323112438808>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0267323112438808>. Acesso em: 18 set. 2024.

VIGOTSKI, Lev Semionovich. **Teoria e método em psicologia**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

WANG, Yuxi *et al.* Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media. **Social Science & Medicine**, Oxford, v. 240, p. 112552, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0277953619305465>. Acesso em: 18 set. 2024.

WARD, Adrian F. *et al.* Brain drain: the mere presence of one's own smartphone reduces available cognitive capacity. **Journal of the Association for Consumer Research**, [s. l.], v. 2, n. 2, p. 140-154, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1086/691462>. Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/691462>. Acesso em: 1 set. 2024.

WARD, Jacob. **The loop: how technology is creating a world without choices and how to fight back**. New York: Hachette Books, 2022.

WARDLE, Claire *et al.* Fake news. It's complicated. **First Draft**, [s. l.], 16 fev. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 1 set. 2024.

WU, Tim. **The attention merchants**: the epic scramble to get inside our heads. New York: Vintage, 2017.

ZAROCOSTAS, John. How to fight an infodemic. **The Lancet**, London, v. 395, n. 10.225, p. 676, 2020. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X). Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30461-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30461-X/fulltext). Acesso em: 18 set. 2024.

ZWICK, Detlev; BONSU, Samuel K.; DARMODY, Aron. Putting consumers to work: cocreation and new marketing governmentality. **Journal of Consumer Culture**, [s. l.], v. 8, n. 2, p. 163-196, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1177/1469540508090089>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1469540508090089>. Disponível em: 18 set. 2024.