



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

Disseminação de Fake News nas Mídias Sociais: Revisão Sistemática de Literatura e Proposta de Agenda na Área de Administração de SI

GABRIEL GONÇALVES SAMPAIO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS)

Disseminação de Fake News nas Mídias Sociais: Revisão Sistemática de Literatura e Proposta de Agenda na Área de Administração de SI

1 Introdução

Presentes na sociedade há mais de 15 anos, as mídias sociais (MS) estão enraizadas no cotidiano das pessoas (Kapoor *et al.*, 2018) e transformando a forma como os usuários se relacionam (Ngai *et al.*, 2015). Ao redor do mundo é evidenciado o tamanho que as MS atingiram, a rede social *Facebook*, por exemplo, possui 2,3 bilhões de usuários ativos, assim como o *Twitter* possui 330 milhões de usuários ativos mensalmente (Law, 2019). Na China, a plataforma *WeChat* possui 1 bilhão de usuários (Law, 2019). Além disso, aproximadamente 4,5 bilhões de pessoas do mundo são usuárias de internet, onde 3,8 bilhões são usuários de MS ativos, e a média mundial de uso de dispositivos móveis é de 3 horas e 40 minutos, na qual 50% desse tempo é utilizado em MS e aplicativos de conversa (Kemp, 2020).

As MS, que se fundamentam na comunicação baseada na internet e em canais de colaboração (Kaplan & Haenlein, 2010), são amplamente utilizadas nos dias de hoje, sobretudo em dispositivos móveis, integrando e conectando os seus usuários. Seu diferencial é que, enquanto nas mídias impressas tradicionais os indivíduos são passivos receptores da informação, nas MS eles podem se tornar produtores e disseminadores da informação de forma exponencial (Hossain *et al.*, 2018), e essa mudança pode ser tanto benéfica quanto maléfica para os usuários das MS. Em pesquisa realizada nos EUA, Duggan e Smith (2016) identificaram que aproximadamente 35% dos respondentes consideraram informativa a interação com usuários cuja posição política era oposta, mas 59% consideraram estressante. Também evidencia o poder de fala que as MS propiciam aos usuários, pois 84% dos respondentes acreditam que o que as pessoas falam nas MS não seria dito pessoalmente, tornando possível perceber o impacto que as MS causam nas relações entre os usuários. Desta forma, as MS além de apoiarem o compartilhamento de informação válida, também são utilizadas com grande eficiência para a disseminação de informação falsa (Torres *et al.*, 2018). Estas informações falsas são comumente denominadas Fake News.

O conceito de *Fake News* (FN) é empregado a notícias enganosas que são disseminadas maliciosamente por canais que aparentam ser legítimos como as fontes de notícias (Torres *et al.*, 2018). Também são vistas como informações fabricadas que não passam pelos processos legítimos de jornalismo, englobando também *misinformation* (informação falsa ou enganosa) e *disinformation* (informação falsa intencionalmente compartilhada para enganar) (Lazer *et al.*, 2018). A manipulação de informações é um tema antigo e, recentemente, ganhou destaque com a eleição estadunidense de 2016 (Allcott & Gentzkow, 2017; Mozur & Scott, 2016). Neste caso, as MS disseminaram FN a favor de um candidato que, posteriormente, foi eleito presidente e contra o outro candidato (Allcott & Gentzkow, 2017; Silverman, 2016).

Com isso, acredita-se que as FN políticas atraem maior atenção devido ao seu poder de afetar o resultado das eleições, por exemplo. Contudo, não se limitam somente a este cenário, sendo empregadas em outras áreas da sociedade, como cultura, economia e saúde. Nesta última, o discurso antivacina tem disseminado FN, como aponta Albuquerque (2020), afetando recentemente a vacinação contra a COVID-19, que já causou a morte de milhões de pessoas no mundo todo. Ainda, as FN impactam as organizações, como no caso da disseminação de falência (falsa) de uma empresa aérea que levou a queda de 76% de suas ações (Carvalho *et al.*, 2011). Casos mais graves também são encontrados, como a teoria da conspiração conhecida como “Pizzagate”, na qual disseminou-se que uma pizzaria dos EUA praticava abuso infantil apoiado pelo partido democrata (Kim & Dennis, 2019). Apesar disso, os efeitos que as FN podem causar para a reputação das empresas não são claros, nem como as organizações podem disseminar FN para atender seus interesses próprios (Bernard *et al.*, 2019).

Na academia, o estudo sobre as FN e as MS é um campo vasto, com diversas áreas de pesquisa, temas, ferramentas, e unidades de análise. Conforme levantamento realizado na base de dados *Web of Science (WoS)*, as publicações concentram-se nas áreas de computação e comunicação, mas outras áreas como as ciências sociais, psicologia, governo e direito têm publicado significativamente sobre o tema. Além disso, há uma tendência de crescimento nas pesquisas de MS que envolvem o tema FN, com um aumento de 3% no número de estudos em relação ao ano de 2017.

Considerando este cenário, este artigo analisa as pesquisas relacionadas à disseminação de FN nas MS, nas áreas de Administração e Sistemas de Informação (SI). Desta forma, busca-se identificar as definições do conceito de FN, os métodos utilizados, as teorias e os conceitos relacionados à FN e, por fim, as proposições levantadas pelos autores das pesquisas, de forma a se propor uma agenda de pesquisa.

O estudo das definições do conceito de FN, assim como das teorias e constructos relacionados, está alinhado com o recorrente debate sobre a utilização de teorias no campo de SI, onde tem-se a importância do rigor na utilização de teorias (Gregor, 2006; Straub, 2009), assim como a relevância de temas inovadores e emergentes, que usualmente possuem menor carga teórica (Avison & Malaurent, 2014). Além disso, o estudo sobre os métodos utilizados nas pesquisas também são relevantes na área de SI (Orlikowski & Baroudi, 1991; Chen & Hirscheim, 2004).

O presente estudo está dividido em seis seções, sendo a primeira a introdução; seguida de um breve referencial teórico sobre as MS e FN; os procedimentos metodológicos adotados; a análise e discussão dos resultados; considerações finais e, por último, as referências utilizadas.

2 Referencial Teórico

2.1 Mídias Sociais

As MS são tecnologias ubíquas (Arayankalam & Krishnan, 2021) que possibilitam a colaboração e comunicação entre os indivíduos, exploradas para diversas atividades de diversas áreas como gestão, ciência e saúde (Aakhus et al., 2012). As MS, suportadas por tecnologias da *web 2.0*, são plataformas online onde a utilização é feita por múltiplos usuários, por meio da criação, de forma colaborativa, do conteúdo (Wagner & Majchrzak, 2007). Elas englobam diversas tecnologias de informação e comunicação, e a característica comum dessas tecnologias é conectar os usuários de forma a romper com a distância, tempo e outras barreiras tradicionais (Morales et al., 2018). Ademais, as MS facilitam o compartilhamento de informação e a participação dos usuários (Steenkamp & Hyde-Clarke, 2014).

A *web 2.0* pode ser conceitualizada como um “conjunto de tendências sociais, econômicas e tecnológicas, que coletivamente formam a base para a próxima geração da internet – mais madura, um meio distinto caracterizado pela participação do usuário, abertura e efeitos em rede” (Musser & O’Reilly, 2007, p. 10). Estas plataformas podem ser categorizadas em quatro correntes (Kaplan & Haenlein, 2010): Projetos de colaboração, como as páginas *wikis*; *blogs*, como o *Twitter*, *Blogger* e *Wordpress*; comunidades de conteúdo, como o *Flicker* e *YouTube*; e as redes sociais, como o *Facebook*, *MySpace* e *LinkedIn*. Os aplicativos de conversação, que são aplicativos de mensagens instantâneas em que os usuários utilizam para se comunicar, também são considerados como MS, devido ao amplo uso para comunicação em grupo, onde as mais utilizadas são *Whatsapp*, *Skype*, e até mesmo o *Google Talks* (Gibbs et al., 2013).

As MS também possuem seu efeito negativo, denominado no campo acadêmico de *Dark Side of IT*, no qual vem crescendo cada vez mais o interesse dos pesquisadores (Talwar et al., 2019). O ecossistema das MS, como apontam Islam et al. (2020), podem ocasionar e reforçar a divisão dos usuários em subgrupos, separados por similaridades de ideias. Uma característica presente nas MS é a *filter bubble*, que personaliza a experiência com base no comportamento

de consumo anterior (Pariser, 2011). Esta personalização acaba limitando a oferta de opções alternativas (Rader & Gray, 2015), onde os usuários muitas vezes não têm conhecimento do funcionamento destes algoritmos, assim como não podem controlar suas atividades (Costa Netto & Maçada, 2019). Assim, os usuários acabam se encontrando em pequenas bolhas de informação, chamadas de *echo chambers* (Cerf, 2016), estratificando-os por homogeneidade ideológica (Spohr, 2017), e reforçando suas crenças, “onde usuários olham apenas postagens de amigos e fontes com opiniões semelhantes” (WSJ, 2016).

2.2 Fake News

A definição sobre o conceito de FN ainda sofre discussões e, conforme Di Domenico *et al.* (2021), os principais fatores são: falta de definição dos limites do fenômeno; utilização indistinta do termo para diferentes fins; e utilização indistinta entre *misinformation* e *disinformation*, que são conceitos diferentes. Desta forma, por ser um “termo genérico com múltipla definição” (Lilleker, 2017, p. 1), é difícil identificar uma definição que não seja ambígua (Di Domenico *et al.*, 2021). Uma das definições mais utilizadas considera as FN sendo “artigos de notícias intencional e comprovadamente falsos e que podem enganar os eleitores” (Allcott & Gentzkow, 2017, p.213). Já Di Domenico *et al.* (2021) delimita o conceito ao definir como “intenção deliberada de enganar ao manipular vieses cognitivos dos indivíduos e causando danos públicos para benefício financeiro ou ideológico, explorando a possibilidade de atingir um vasto público por meio das MS” (p.334). Ademais, Alan Dennis sinaliza que, por estarmos no início da compreensão deste fenômeno, cercar o conceito pode ser prejudicial, e indica que deve-se buscar conceitualizar da forma que mais se adequa aos objetivos das pesquisas, e posteriormente com um corpo de conhecimento já estabelecido será possível compreender as diferentes nuances do fenômeno (Avital *et al.*, 2020).

Apesar desta divergência entre definições do conceito, o tema vem atraído o interesse acadêmico nos últimos anos (Talwar *et al.*, 2019). O impacto na sociedade é evidente, onde Silverman e Singer-Vine (2016) identificaram que 75% dos respondentes da sua pesquisa não foram capazes de identificar a FN pelo título do conteúdo. Além disso, conforme apontam Moravec *et al.* (2019), as características do formato da apresentação com *flag* apresentaram efeitos modestos na detecção, sendo o uso hedônico natural das MS uma das causas (Bernard *et al.*, 2019). Outro fator relevante para a disseminação das FN são os usuários que compartilham de forma não maliciosa, pois não reconhecem a informação como falsa, e acabam acreditando (Di Domenico *et al.*, 2021). Ademais, as causas para que as pessoas acreditem e até disseminem as FN são diversas, tendo entre elas: a credibilidade da fonte (Haug & Gewald, 2018); o alinhamento com crenças pré-existentes (Kim *et al.*, 2019); o uso hedônico (Kim & Dennis, 2019) e sem o esforço para compreender a qualidade informação (Haug & Gewald, 2018); as características e políticas das MS (Bernard *et al.*, 2019); entre outros.

3 Método

Para compreender as pesquisas sobre a disseminação de fake news nas mídias sociais no campo de SI foi realizada uma revisão sistemática de literatura. Selecionou-se a base de dados *Web of Science* (WoS), que agrega publicações de nível internacional de diversas áreas do conhecimento (Akhavan *et al.*, 2016). Esta primeira etapa ocorreu em abril de 2021, e as palavras *Social Media*, *Fake News*, *Misinformation* e *Disinformation* foram utilizadas como termos de busca, onde o primeiro termo foi buscado como tópico (realiza a busca no título, resumo, palavras-chave do autor e *Keyword Plus* da WoS), e o restante no resumo. Foram selecionados apenas os artigos e materiais editoriais, excluindo *proceeding papers*, capítulos de livros, entre outros. Selecionou-se também apenas materiais em inglês. Após esta etapa inicial, restringiu-se apenas aos periódicos que compõem o *8th Basket AIS*, considerados os

melhores periódicos da área de SI, e também periódicos relacionados que são indicados pela própria associação.

Ao final deste processo, foram selecionados 28 artigos para a leitura dos títulos e resumos, restando apenas 20 artigos para leitura completa e síntese qualitativa. Apesar de ter sido seguida uma abordagem sistemática, estruturada e replicável, como indicado por Webster e Watson (2002), os critérios adotados são subjetivos (Pozzi *et al.*, 2014) e alguns artigos podem não ter sido incluídos. Após a identificação dos artigos sobre MS e FN, foram identificadas as conceitualizações de FN, os métodos empregados, as teorias de apoio e os conceitos relacionados à FN e, por fim, as proposições levantadas pelos autores das pesquisas, de forma a compor uma agenda de pesquisa.

4 Análise e Discussão dos Resultados

Nesta seção serão apresentados os resultados da revisão sistemática de literatura. A Tabela 1 apresenta a lista de artigos que compõem a amostra selecionada.

Tabela 1. Artigos da amostra

Nº	Ano	Autor(es)	Título	Periódico	Método
1	2015	Mazer <i>et al.</i>	Communication in the face of a school crisis: Examining the volume and content of social media mentions during active shooters incidents	Computers in Human Behavior	Quantitativo
2	2016	Bessi, A.	Personality traits and echo chambers on Facebook	Computers in Human Behavior	Quantitativo
3	2018	Baccarella <i>et al.</i>	Social Media? It's serious! Understanding the dark side of social media	European Management Journal	Conceitual
4	2018	Shin <i>et al.</i>	The diffusion of misinformation on social media: Temporal pattern, message, and source	Computers in Human Behavior	Quantitativo
5	2018	Jang <i>et al.</i>	A computational approach for examining the roots and spreading patterns of fake news: Evolution tree analysis	Computers in Human Behavior	Computacional
6	2019	Moravec <i>et al.</i>	Fake news on social media: People believe what they want to believe when it makes no sense at all	MIS Quarterly	Experimental
7	2019	Kim <i>et al.</i>	Combating fake news on social media with source ratings: The effect of user and expert reputation ratings	Journal of Management Information Systems	Experimental
8	2019	Colliander, J.	"This is fake news": Investigating the role of conformity to other users' views when commenting on and spreading disinformation in social media	Computers in Human Behavior	Experimental
9	2019	Barfar, A.	Cognitive and affective responses to political disinformation in Facebook	Computers in Human Behavior	Quantitativo
10	2020	Islam <i>et al.</i>	Misinformation sharing and social media fatigue during COVI-19: An affordance and cognitive load perspective	Technological Forecasting & Social Change	Quantitativo
11	2020	Papanastasiou, Y.	Fake news propagating and detection: A sequential model	Management Science	Conceitual
12	2020	Pennycook <i>et al.</i>	The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news headlines increases perceived accuracy of headlines without warnings	Management Science	Experimental
13	2020	Moravec <i>et al.</i>	Appealing to sense and sensibility: System 1 and system 2 intervention for fake news on social media	Information Systems Research	Experimental
14	2020	Tran <i>et al.</i>	An investigation of misinformation harms related to social media during two humanitarian crises	Information Systems Frontiers	Quantitativo

15	2020	Ryan <i>et al.</i>	Monetizing disinformation in the attention economy: The case of genetically modified organisms (GMOs)	European Management Journal	Quantitativo
16	2020	Laato <i>et al.</i>	What drives unverified information sharing and cyberchondria during the COVID-10 pandemic?	European Journal of Information Systems	Quantitativo
17	2021	Di Domenico <i>et al.</i>	Fake news, social media and marketing: A systematic review	Journal of Business Research	Conceitual
18	2021	Arayankalam & Krishnan	Relating foreign disinformation through social media, domestic online media fractionalization, government's control over cyberspace, and social media-induced offline violence: Insights from the agenda-building theoretical perspective	Technological Forecasting & Social Change	Quantitativo
19	2021	Gimpel <i>et al.</i>	The effectiveness of social norms in fighting fake news on social media	Journal of Management Information Systems	of Experimental
20	2021	Bastick, Z.	Would you notice if fake news changed your behavior? An experiment on the unconscious effects of disinformation	Computers in Human Behavior	in Experimental

Entre os periódicos pertencentes ao *Basket AIS* não foi identificada nenhuma concentração significativa, possuindo duas publicações no periódico *Journal of Management Information Systems* e apenas uma publicação nos respectivos periódicos: *European Journal of Information Systems*, *Information Systems Research* e *MIS Quarterly*. Destaca-se que os autores Alan R. Dennis e Patricia L. Moravec são coautores de 3 dos 5 artigos publicados na *Basket AIS*. Já os periódicos de SI indicados pela AIS foram: *Computers in Human Behavior* (7), *Information Systems Frontiers* (1) e *Technological Forecasting and Social Change* (2). Desta forma, é evidente a alta concentração no periódico *Computers in Human Behavior*, que aborda a interação entre humanos e tecnologia e Cyberpsicologia. Já os periódicos da área de Administração foram: *European Management Journal* (2), *Journal of Business Research* (1), e *Management Science* (2).

Entre as áreas de pesquisa da amostra, boa parte dos artigos foi categorizado em mais de uma área, tornando necessário o desmembramento das áreas para ser possível notar a concentração, de forma a se obter um total maior de 20 (número de artigos). A área com mais publicações foi *Business & Economics* (12), seguida de *Psychology* (7). Os artigos da área de *Business & Economics* foram publicados nos três grupos de periódicos, como exemplo: *Information Systems Research*, *Technological Forecasting and Social Change* e *Journal of Business Research*. Já os 7 artigos de psicologia foram publicados na *Computers in Human Behavior*. As áreas de *Computer Science* e *Information Science & Library Science* possuíram 5 publicações cada. Por fim, as áreas *Operations Research & Management Science* e *Public Administration* tiveram 2 publicações cada, sendo a primeira área publicada no *Management Science* e a segunda área no *Technological Forecasting and Social Change*.

Foram utilizadas 111 palavras-chave no total e 74 palavras-chave diferentes nos artigos da amostra. Se teve grande ocorrência dos termos FN e SM (13 cada), decorrente da escolha desses mesmos termos na busca da base de dados. *Misinformation* (8) também teve ocorrência significativa, onde em apenas uma ocasião não foi utilizada junto do termo FN. A Figura 2 apresenta a nuvem de palavras-chave, excluindo FN e MS, de forma a tornar mais evidente os outros termos empregados. Além disso, foi necessário reduzir a ocorrência dos termos *Misinformation*, *Online* e *Disinformation*, de forma a enquadrar todos os termos.

Os termos de destaque foram *Misinformation* e *Disinformation*, que são utilizados de forma intercambiável e são características das FN. Os termos *Social*, *Media* e *Online* também se destacam por serem o ambiente onde se possui grande disseminação das FN. Já *Rating*, *Fact-*

(2018) definem *disinformation*, e que esse conceito se justapõe à FN definida por Allcott e Gentzkow (2017).

Outros autores também foram citados direta e indiretamente para fundamentar o conceito de FN. Lazer *et al.* (2018) é citado por Pennycook *et al.* (2020), referindo-se a *Misinformation* no contexto político como notícias partidárias falsas (*partisan fake news stories*), apresentando como “histórias fabricadas apresentadas como se fossem fontes legítimas” (p. 1). Também apresentado por Laato *et al.* (2020), as FN são equiparadas à *Misinformation*. Já Ryan *et al.* (2020) equiparam FN à ‘*pseudo news*’, baseando-se em Baccarella *et al.* (2018) para definir como “formas de informação que geralmente são apresentadas na mídia como factualmente correto” (Ryan *et al.*, 2020, p. 8). Bastick (2020) afirma que as FN podem ser “um veículo particularmente potente para a desinformação” (p. 1), utilizando características dos artigos de jornais e abordando temas sensíveis, como apontam Tandoc *et al.* (2018). Barfar (2019) apresenta o termo ‘*political disinformation*’ como guarda-chuva para as três desordens de informação online, sendo elas: *Disinformation*, *Misinformation* e propaganda (Born & Edgington, 2017). Este conceito trata de rumores, informações políticas inclinadas, notícias partidárias polarizadas, e FN. Por fim, Di Domenico *et al.* (2021) analisa as conceitualizações identificadas na literatura e adota, baseado em Gelfert (2018), uma definição mais precisa e menos genérica (apresentada no referencial teórico).

Foram identificados 4 artigos não apresentaram fundamentação teórica na conceitualização do termo FN. Baccarella *et al.* (2018) apresentam a *dark side* das MS, e tratam as FN como ‘*pseudo news*’, que são “apresentados como sendo factualmente precisos, sem realmente serem baseados em fatos reais” (p. 435). Entretanto eles afirmam que as FN podem ser *Disinformation* ou *Misinformation*, como apontam Hannah, McCarthy e Kietzmann (2015). Já Shin *et al.* (2018) afirmam que as FN geralmente se referem a “notícias fabricadas que pretendem ser verdadeiras” (p. 278). Além disso, apontam o uso intercambiável entre *Misinformation*, *Disinformation*, *rumor*, *fake News*, e *troll post* para se referir a informações que possuem a ausência de verdade, apresentando a diferenciação entre eles sobre a falsidade e motivação. Islam *et al.* (2020) analisaram a disseminação de FN relacionadas à COVID-19, não fundamentando o conceito de FN e utilizando de forma intercambiável com *Misinformation*. Por fim, Papanastasiou (2020) apresenta as FN como “artigos que possuem informações fabricadas” (p. 1). A Figura 3 apresenta as relações entre os termos empregados, os artigos da amostra e as referências.

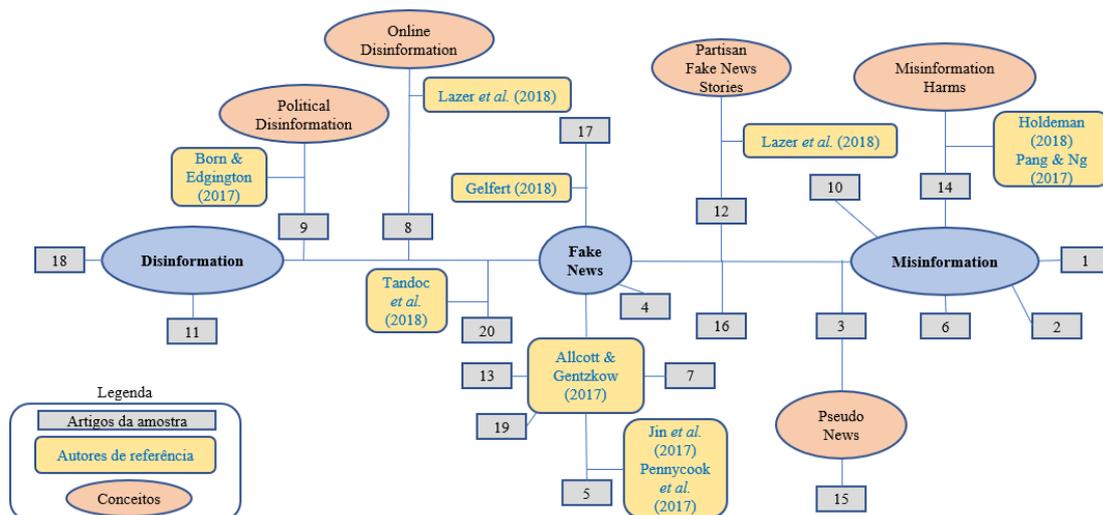


Figura 3 – Relações entre os conceitos da definição de Fake News

4.2 Métodos Utilizados

Segundo Chen e Hirschheim (2004), entre as taxonomias de métodos empregados nas pesquisas de SI, as mais consistentes são: Empírico ou Não Empírico (Alavi *et al.*, 1989), e Quantitativo ou Qualitativo (Cash & Nunamaker, 1989). Pesquisas não empíricas proporcionam o desenvolvimento de conceitos e construção de teorias, já pesquisas empíricas proporcionam evidências para os conceitos e teorias (Chen & Hirschheim, 2004). Desta forma foi denominado artigo conceitual as pesquisas não empíricas, e as pesquisas empíricas foram divididas em quatro, sendo: Computacional, Experimental, Qualitativa e Quantitativa.

Três trabalhos foram categorizados como **Não Empíricos**. Baccarella *et al.* (2018) trazem reflexões sobre o lado negativo das MS, salientando que grande parte dos trabalhos sobre MS analisam somente o lado ‘positivo’, desconsiderando os potenciais malefícios das plataformas. Relacionando com as funcionalidades das MS (Compartilhamento, Presença, Conversações, Identidade, Relacionamentos, Grupos E Reputação), apontam que as FN possuem grande impacto nos Grupos e impacto médio no Compartilhamento, Conversações e Reputação. Já Di Domenico *et al.* (2021) realizou uma revisão sistemática sobre FN, MS e *marketing*, propondo um *framework* teórico relacionado aos antecedentes das FN (sendo os direcionadores, como financeiro e ideológico), processos de disseminação (envolvendo o compartilhamento nas MS, seja por não-humanos ou de forma maliciosa ou benigna dos humanos), e os resultados (a nível do consumidor, das organizações, e até mesmo societal). Por fim, Papanastasiou (2020) apresenta um modelo sequencial de aprendizagem social para compreender os direcionadores econômicos que influenciam na propagação e detecção de FN.

Na amostra da pesquisa foram identificadas 7 **pesquisas experimentais**, sendo o método mais empregado. Colliander (2019) realizou dois estudos com uma amostra de 1.201 respondentes, buscando compreender os efeitos dos outros usuários em relação ao comportamento do indivíduo respondente, utilizando FN verdadeiras disseminadas no Facebook. Pennycook *et al.* (2020) também utilizou a formatação do Facebook para analisar os efeitos das manchetes nos usuários e as *tags* empregadas sobre *fact-checkers*, tendo como amostra 5.271 respondentes no estudo 1 e 1.568 respondentes no estudo 2. Gimpel *et al.* (2021) também empregaram a formatação do Facebook e, realizando dois estudos com 320 usuários ativos de MS, analisaram os efeitos das normas sociais e das *flags* de FN apontadas por outros usuários no comportamento dos usuários respondentes. Bastick (2021) estudou a influência das FN no comportamento inconsciente dos usuários, e para tal apresentou FN positivas e negativas, e analisou a velocidade máxima de digitação os respondentes. Kim *et al.* (2019) empregaram dois estudos e analisaram a avaliação das fontes de notícias por parte dos usuários e de especialistas e como esses mecanismos influenciam a crença dos usuários. Moravec *et al.* (2020), por meio de três estudos com 398 participantes, analisaram a influência das *flags* de FN, um estudo mais relacionado à cognição automática, outro relacionado à cognição deliberada, e um estudo que relacionasse os dois tipos. Por fim, Moravec *et al.* (2019) analisaram os efeitos das *flags* afetavam o julgamento e cognição dos participantes, estudando as respostas neurofisiológicas por meio de eletroencefalografia, onde os autores denominaram o estudo como *NeuroIS*.

Quanto ao **método Quantitativo**, foram identificados 9 artigos. O método da regressão por mínimos quadrados parciais (Partial Least Square – PLS) foi empregado por Laato *et al.* (2020) e Arayankalam & Krishnan (2021). Laato *et al.* (2020) utilizou uma amostra de 294 respondentes (alunos e ex-alunos de duas universidades do Bangladesh) analisou os efeitos das informações online, as crenças de saúde e *cyberchondria* no compartilhamento de informações não verificada. Já Arayankalam & Krishnan (2021) utilizou dados secundários de 179 países para analisar as relações entre desinformação estrangeira nas MS, fracionalização da mídia online doméstica, o controle governamental do espaço cibernético e a violência *offline* induzida pelas MS. Além deles, Islam *et al.* (2020) empregaram o PLS junto da análise de rede neural

para compreender as relações não-lineares entre os constructos. Cinco artigos realizaram análises textuais de postagens nas MS por meios quantitativos, sendo eles: Mazer *et al.* (2015), Bessi (2016), Shin *et al.* (2018), Barfar (2019) e Ryan *et al.* (2020). Por fim, Tran *et al.* (2020), por meio de uma *survey* com 273 respondentes iniciais, buscou identificar os efeitos e consequências dos prejuízos da desinformação.

Uma pesquisa empregou **abordagem computacional**, buscando compreender a origem do conteúdo da FN, os produtores do conteúdo e o padrão de evolução dos *tweets*, Jang *et al.* (2018) usaram a *Evolution Tree Analysis*, que apresentam a evolução e relação entre diferentes entidades, método comum no campo acadêmico de *Network Science*.

4.3 Teorias e Conceitos Relacionados à FN

Os principais conceitos e teorias utilizadas nos artigos da amostra foram identificados e sintetizados. Entre os conceitos, grande parte estão relacionados a duas áreas de estudo, sendo elas psicologia e sociologia.

O **modelo de personalidade**, baseado na *Big Five Dimensions* de Goldberg (1992), analisa em cinco dimensões a personalidade dos indivíduos: Extroversão; Estabilidade emocional; Agradabilidade; Consciência; e Franqueza. Neste modelo, as dimensões podem ser positivas, neutras e negativas. Assim, caso o indivíduo possua um resultado ‘negativo’ na extroversão, ele apresenta traços de introversão. O atributo **Exploration**, definido como “esforços apetitivos por novidades e desafios” (Kashdan *et al.*, 2004, p. 291), no uso das MS se refere a vontade de buscar novas informações e tópicos, como explorou Islam *et al.* (2020). O atributo **religiosidade**, ou crença, definido como “motivação intrínseca para praticar religião” (p. 5), é um tema controverso, que pode ser empregado na compreensão do indivíduo como integridade psicológica, o significado da vida, e senso de pertencimento (Islam *et al.*, 2020), como também pode ser analisado como elemento da comunidade e garantidora das leis. A **autorregulação deficiente** (*Deficient Self-Regulation - DS-R*) do indivíduo aponta que ele “possui dificuldade em regular suas ações” (Islam *et al.*, 2020, p. 5). Desta forma, suas ações não são baseadas na cognição e comportamento planejado de forma regular. Como indica LaRose *et al.* (2003), pode levar ao vício de internet, e conseqüentemente ao uso das MS.

O **entretenimento** é fator motivacional no uso das MS, considerado um sistema hedônico de informações (Islam *et al.*, 2020), onde a aquisição de conhecimento não é usualmente a maior intenção do indivíduo. A **autopromoção** (*Self-Promotion*) é identificada como um fator motivacional, onde os indivíduos buscam ser aprovados por meio de comentários e *likes* (Islam *et al.*, 2020). Como os autores apontam, os indivíduos mensuram como agir nas MS para manter uma imagem positiva. Ademais, conceito possui grande relação com o conceito *status-seeking* (Thompson *et al.*, 2019). A **Conformidade** (*Conformity*) é visto como o ato de adequar o comportamento em relação aos outros (Colliander, 2019). Neste caso, o indivíduo busca obter aprovação social dos outros, o que pode ser relacionado com a autopromoção, que também busca em certa medida. O **Conceito de Si mesmo** (*Self-Concept*) está relacionado às crenças que o indivíduo possui de si mesmo (Colliander, 2019). Ademais, este conceito compreende como o indivíduo se vê como indivíduo, como também como ele se vê dentro de grupos, como grupos de trabalho, amizade e familiar. A teoria da **Comparação Social** (*Social Comparison Theory*) aponta que os indivíduos avaliam suas ações por meio de comparações com os outros (Barfar, 2019). Desta forma, os indivíduos nas MS podem buscar grupos que estejam alinhados com as suas crenças, de modo a comparar as suas ações com os outros integrantes do grupo, o que pode trazer o efeito da câmara de eco (Barfar, 2019).

O modelo de processamento cognitivo do **Sistema 1 e Sistema 2** de Kahneman (2011) aponta que o Sistema 1 atua inicialmente forma automática, e posteriormente o Sistema 2 é empregado de forma deliberada. Desta forma, o Sistema 1 não realiza esforços cognitivos ou deliberados, lidando de forma intuitiva com os estímulos e, de modo a reduzir o esforço que o

Sistema 2 demanda, comumente adota-se as conclusões do Sistema 1. O **Viés de Confirmação** (*Confirmation Bias*) é um fator que afeta a convicção dos indivíduos, onde o indivíduo adota uma informação que esteja alinhada as suas crenças (Nickerson, 1998). Também é identificado como exposição seletiva ou viés de crença, onde o indivíduo busca estar exposto a somente informações que sejam do seu interesse (Di Domenico *et al.*, 2021). Desta forma o viés de confirmação possui relação direta como Sistema 1, pois o indivíduo ao estar exposto às informações que se adequam as suas crenças, não realizará esforços cognitivos para verificar essa informação se é verdadeira ou não. Ademais, se torna elemento importante para a criação e manutenção das câmaras de eco.

A **Dissonância Cognitiva** (*Cognitive Dissonance*) ocorre quando há divergência entre uma informação, onde dificilmente pode se adotar como verdadeiro devido a sua contradição (Moravec *et al.*, 2020). Neste momento, caso seja de interesse do indivíduo, ele realiza o Sistema 2 para analisar criticamente a informação. A criação de dissonância cognitiva no caso da disseminação das FN emerge da necessidade de se tornar evidente a contradição entre os elementos da informação (postagem), para que o indivíduo não tome como verdadeira a informação que possivelmente seja falsa. A teoria da **Carga Cognitiva** (*Cognitive Load Theory*) afirma que os indivíduos possuem uma capacidade de trabalho da memória, que pode ser sobrecarregada caso receba muitas informações (Sweller, 2011). Entre os fatores intrínsecos que podem afetar a carga cognitiva, tem-se (Islam *et al.*, 2020): *Fear of missing out* (*FoMO*); preocupações com a privacidade; ansiedade; e depressão.

A **teoria da reputação** (*Reputation Theory*) afirma que para avaliarmos a reputação de uma fonte, analisamos os comportamentos anteriores por meio de três lentes (Kim *et al.*, 2019): a visão funcional, onde analisa-se objetivamente a reputação; a visão social normativa, onde busca-se avaliar por meio das normas sociais; e a visão afetiva subjetiva, se baseia na crença do avaliador. O **efeito da verdade implícita** (*Implied Truth Effect*) é ocasionado quando um indivíduo recebe uma informação e a toma como verdadeira pois não há sinalização de que ela seja falsa, ou acredita que por não ter nenhuma sinalização, ela já foi validada (Pennycook *et al.*, 2020). Entretanto é sabido que o número de FN disseminada é maior que a capacidade de se avaliar todas informações, então há um espaço temporal entre o início da disseminação da informação até ela poder ser avaliada por especialistas ou pelos outros usuários. O **modelo de crença na saúde** (*Health Belief Model - HBM*) analisa as características demográficas e psicológicas com o estado cognitivo dos indivíduos, analisando a suscetibilidade e severidade percebida, as motivações e benefícios percebidos (Laato *et al.*, 2020) e seus efeitos no comportamento, podendo ser relacionado a impulsos externos. Este modelo possui grande relação com a **teoria da motivação da proteção** (*Protection Motivation Theory*), principalmente em casos de ameaças como a COVID-19.

As **câmaras de eco** (*Echo Chambers*) são grupos em que as crenças próprias são amplificadas e reforçadas, excluindo indivíduos que não possuam afinidade com estas crenças (Baccarella *et al.*, 2018). As câmaras de eco também são vistas como bolhas de informação (*Information Bubbles*) (Cerf, 2016), pois somente um tipo de informação circula entre os participantes do grupo. As **normas sociais** (*Social Norms*) possuem influência no comportamento dos indivíduos, direcionando o comportamento dos indivíduos na sociedade (Gimpel *et al.*, 2021). São “as crenças de um indivíduo sobre o comportamento típico e tolerado em uma determinada situação” (Kormos *et al.*, 2014, p. 480). As normas sociais se apresentam em dois tipos (Gimpel *et al.*, 2021): As normas sociais injuntivas, que apontam os comportamentos aprovados ou não; e as normas sociais descritivas, que representam o que os outros realizam em situações específicas.

A teoria da **Dependência da Mídia** (*Media Dependency Theory*), que aponta que *os indivíduos confiam nas informações mediadas para atender as suas necessidades, mas possuem preferências específicas*” (Mazer *et al.*, 2015, p. 239) foi empregada por Mazer e colegas. No

caso do estudo, de tiroteio em escolas, o conflito e a incerteza são elementos que afetam a disseminação das informações nas MS, de forma que os indivíduos vão buscar fontes de sua preferência para obter informações adicionais. Como propõe o modelo de Ball-Rokeach e DeFleur (1976), o contexto social deve ser considerado ao se analisar a audiência e a mídia, que por sua vez terão efeitos cognitivos e comportamentais.

4.4 Agenda de Pesquisa

A partir da leitura dos artigos analisados, desenvolveu-se uma agenda de pesquisa para os estudos das FN disseminadas nas MS. Assim, buscou-se as principais evidências relacionadas ao fenômeno da disseminação das FN destacadas como necessárias para estudos futuros nas análises dos artigos, resultando na Tabela 02.

Tabela 02 – Agenda de pesquisa

Autores	Agenda de Pesquisa
Mazer <i>et al.</i> (2015)	<ul style="list-style-type: none"> Compreender os diferentes tipos de rumores (desinformação) que podem ocorrer em momentos de crise para que os órgãos possam tomar ações mais efetivas.
Bessi, A. (2016)	<ul style="list-style-type: none"> Compreender os determinantes cognitivos e psicológicos das dinâmicas sociais online para que se possa mitigar a ameaça de desinformação digital, assim como comportamentos desviantes e extremistas.
Baccarella <i>et al.</i> (2018)	<ul style="list-style-type: none"> Elaboração de modelos e teorias orientadas às MS. Compreender os antecedentes e motivações. Analisar os resultados, comportamentos e práticas acidentais ou não intencionais. Elaborar estratégias de gestão de <i>Dark Side</i>.
Shin <i>et al.</i> (2018)	<ul style="list-style-type: none"> Analisar a disseminação de desinformação política como tática de campanha. Analisar os motivos que levam a disseminação recorrente de rumores falsos e não de rumores verdadeiros. Realizar estudos longitudinais para compreender o ciclo de vida dos rumores e o seu comportamento.
Jang <i>et al.</i> (2018)	<ul style="list-style-type: none"> Analisar a relação entre os usuários e as fontes duvidosas que são disseminadas, pois geralmente são a origem de FN. Compreender os fatores sociotécnicos pertencentes aos sistemas para que possam ser desenvolvidas formas de intervir no fluxo de informação de fontes duvidosas. Identificar as principais características das FN para que possa ser melhorada a qualidade do fluxo de informação no espaço digital.
Moravec <i>et al.</i> (2019)	<ul style="list-style-type: none"> Identificar teorias e pesquisas sobre como a tecnologia pode deliberadamente alterar a cognição do indivíduo. Desenvolver mecanismos de sinalização que sejam eficientes o suficiente para superar o viés de confirmação do indivíduo. Analisar o papel do contexto no uso de TI, considerando principalmente o <i>mindset</i> e seus efeitos na cognição.
Kim <i>et al.</i> (2019)	<ul style="list-style-type: none"> Analisar o papel da reputação social e das normas sociais na avaliação da reputação. Analisar os efeitos da credibilidade ‘experenciada’, baseada nas experiências do indivíduo com as fontes durante um certo período. Compreender os efeitos da falta de avaliação das fontes no comportamento do indivíduo. Compreender como o viés de confirmação afeta as ações dos indivíduos, principalmente as que auxiliam na disseminação de FN.
Colliander, J. (2019)	<ul style="list-style-type: none"> Analisar a diferença entre <i>heavy</i> e <i>light</i> usuários das MS, e como as ações dos outros usuários influenciam nas reações à FN. Analisar a relevância pessoal da FN para os respondentes, como notícias conservadoras para indivíduos conservadores.
Barfar, A. (2019)	<ul style="list-style-type: none"> Compreender as respostas cognitivas e afetivas que as desinformações políticas provocam em usuários de visões opostas.
Islam <i>et al.</i> (2020)	<ul style="list-style-type: none"> Analisar a relação entre a fadiga de uso de MS e o compartilhamento de FN junto de outros fatores apresentados, como <i>FoMO</i>, inexperiência, falta de habilidades de verificação, preguiça, sobrecarga de informação e confiança online.
Papanastasiou, Y. (2020)	<ul style="list-style-type: none"> Analisar as interações estratégicas entre a plataforma e os agentes que geram as FN, e as fontes de FN.
Pennycook <i>et al.</i> (2020)	<ul style="list-style-type: none"> Analisar os efeitos dos avisos de disputa da veracidade do conteúdo não somente no compartilhamento ativo dos usuários, como também na visualização, curtida e comentário.
Moravec <i>et al.</i> (2020)	<ul style="list-style-type: none"> Analisar os efeitos dos resultados do <i>fact-checking</i> no comportamento do indivíduo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar diferentes intervenções elaboradas para reduzir a crenças nas FN disseminadas nas MS. • Analisar os efeitos de treinamentos breves sobre o uso das MS no comportamento dos indivíduos.
Tran <i>et al.</i> (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender a influência do contexto e características dos indivíduos na percepção de dano das desinformações.
Ryan <i>et al.</i> (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender os motivadores, as estratégias e os fornecedores de desinformação de forma a se gerenciar os efeitos negativos.
Laato <i>et al.</i> (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender se os fatores analisados se estendem a outros cenários de desinformação além da COVID-19. • Analisar o impacto da cybercondria no bem estar psicológico durante pandemias como a COVID-19 e grande disseminação de FN.
Di Domenico <i>et al.</i> (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Propor uma clara conceitualização de FN. • Compreender a disseminação de conteúdo por parte dos usuários ‘benignos’. • Identificar como as empresas podem responder aos ataques de FN. • Compreender os mecanismos psicológicos que influenciam as pessoas a crer nas FN, como viés de confirmação, <i>referential theory</i> e <i>priming theory</i>, auxiliando no entendimento dos determinantes e efeitos do <i>eWOM</i>. • Analisar os determinantes afetivos e emocionais na crença nas FN que são provocados pelos mecanismos de polarização das MS.
Arayankalam & Krishnan (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar o papel dos poderes governamentais no controle do espaço cibernético em relação a desinformação estrangeira. • Identificar atos <i>online</i> que se assemelham a violência <i>offline</i> induzida pelas MS.
Gimpel <i>et al.</i> (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Explorar se as normas sociais de ambientes sociais imediatos possuem maior influência na decisão. • Analisar os efeitos da <i>gamification</i> no ato de reportar FN. • Identificar se as normas sociais descritivas melhoram a habilidade de detecção de FN. • Analisar a efetividade das abordagens de <i>digital nudging</i> para combater FN nas MS. • Desenvolver conhecimento descritivo e prescritivo sobre FN e MS para combater ameaças sociais.
Bastick, Z. (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar os mecanismos nos quais a desinformação pode manipular o comportamento inconsciente. • Identificar métodos para detectar e prevenir os riscos da manipulação da desinformação no comportamento dos indivíduos.

Com isso, evidencia-se uma série de oportunidades de pesquisas futuras, sendo elas, resumidamente: Identificar as diversas formas de conceitualização das FN, como *Misinformation*, *Disinformation* ou rumores, e propor definições mais claras; analisar as formas de detecção e sinalização de FN nas MS e como enfrentar a disseminação do conteúdo falso; compreender a influência do perfil dos indivíduos, como seus traços de personalidade e suas características, na adoção e disseminação de FN; Identificar os elementos sociais que podem afetar a percepção das FN, como as normas sociais; analisar o efeito das FN nos processos cognitivos dos indivíduos; estudar os efeitos das FN nas organizações (empresas e governo) e como enfrentar; analisar a influência do contexto do uso das MS na percepção das FN, como atentados ou pandemias.

5 Considerações Finais

O objetivo do estudo foi analisar as pesquisas relacionadas à disseminação de FN nas MS. Com isso, buscou-se identificar as diferentes definições de FN empregadas na literatura, os métodos utilizados para compreensão do fenômeno, as teorias e conceitos que deram suporte às pesquisas, e as propostas de pesquisas, de forma a se elaborar uma agenda de pesquisa. Para atingir o proposto, realizou-se uma revisão sistemática de literatura na base de dados WoS, onde foram selecionados 20 artigos para análise.

Ao evidenciar as diferentes conceitualizações das FN, foi possível identificar as semelhanças e diferenças entre os diferentes usos, assim como o surgimento de novos conceitos mais específicos que possuem grande relação. Desse modo é possível caracterizar melhor o

fenômeno da FN por meio do contexto, seja relacionado a política, economia, saúde ou até mesmo assuntos do cotidiano. Ademais, foi percebido o grande emprego de métodos quantitativos e experimentos (em grande parte também quantitativos) e poucos estudos não empíricos e nenhum estudo qualitativo. Esta trajetória se diferencia dos estudos recorrentes de novos fenômenos, onde usualmente se inicia por meio de estudos não empíricos, seguidos de estudos qualitativos e por fim estudos quantitativos. É possível que por meio de estudos qualitativos se obtenha uma compreensão aprofundada dos elementos do fenômeno, que posteriormente podem ser testados por meios quantitativos.

A agenda de pesquisa levantada a partir dos artigos da amostra pode ser definida em três elementos, como sintetiza Di Domenico (2021): Os antecedentes, como motivações financeiras e ideológicas; os processos de disseminação, envolvendo as características dos indivíduos e das FN; e os resultados da disseminação das FN, como afetam os indivíduos, organizações e sociedade. As características psicossociais do indivíduo tiveram grande destaque tanto em conceitos propostos como sugestões de aprofundamentos de pesquisa, evidenciando a importância da psicologia no estudo deste fenômeno. Além disso a teorização recorrente do modelo dual de processamento de informações foi recorrente, sendo um elemento importante para a compreensão da detecção e percepção das FN. Outro elemento significativo das pesquisas e que demandam mais estudos é o papel do contexto, de uso das MS, da FN, e até mesmo em sentido mais amplo, como de pandemia, no comportamento dos usuários.

Por fim, os principais limites são intrínsecos às formas de análise evidenciadas. A primeira decorre da seleção da base de dados para obter a amostra, onde selecionou-se a base de dados WoS. a segunda limitação decorre da seleção dos termos de busca na base, se restringindo ao termo *Social Media* como tópico, e os termos *Fake News*, *Misinformation* e *Disinformation* aparentes nos resumos. Como identificado, outros termos como *rumor* e *propaganda* também podem ser empregados, e até mesmo os conceitos que estão associados, como *political Disinformation* e *online Disinformation*. A terceira limitação decorre do recorte estabelecido de periódicos, tendo sido selecionados os recomendados pela AIS e de destaque no campo da administração, possivelmente restringindo o alcance da amostra. Deste modo, sugere-se a utilização de outras estratégias de pesquisa, como termos de busca, diferentes bases e outras análises.

Referências

- Aakhus, M., Agerfalk, P., Lyytinen, K., & Te'eni, D. (2012). Call for papers - Information System symbolic action: Social media and beyond. **MIS Quarterly**.
- Akhavan, P., Ebrahim, N. A., Fetrati, M. A., & Pezeshkan, A. (2016). Major trends in knowledge management research: A bibliometric study. **Scientometrics**, 107(3), 1249-1264.
- Alavi, M., Carlson, P., & Brooke, G. (1989). The ecology of MIS research: A twenty years status review. In: **International Conference on Information Systems (ICIS)**.
- Albuquerque, C. (2020). Com fake News, discurso antivacina se espalha nas redes. **FIOCRUZ**. Acesso em: 08/10/2020, Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/com-fake-news-discurso-antivacina-se-espalha-nas-redes>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, 31(2), 211-236.
- Arayankalam, J., & Krishnan, S. (2021). Relating foreign Disinformation through social media, domestic online media fractionalization, government's control over cyberspace, and social media-induced offline violence: Insights from the agenda-building theoretical perspective. **Technological Forecasting and Social Change**, 166, 1-14.
- Avison, D., & Malaurent, J. (2014). Is theory king? Questioning the theory fetish in Information Systems. **Journal of Information Technology**, 29(4), 327-336.
- Avital, M., Baiyere, A., Dennis, A., Gibbs, J., & Te'eni, D. (2020). Fake News: What Is It and Why Does It Matter? **Academy of Management Proceedings**, 2020(1).

- Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H., & McCarthy, I. P. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. **European Management Journal**, 36(4), 431-438.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. **Communication Research**, 1, 3-21.
- Bastick, Z. (2021). Would you notice if fake news changed your behavior? An experiment on the unconscious effects of disinformation. **Computers in Human Behavior**, 116, 1-12.
- Barfar, A. (2019). Cognitive and affective responses to political disinformation in Facebook. **Computers in Human Behavior**, 101, 173-179.
- Bernard, J., Dennis, A., Galletta, D., Khan, A., & Webster, J. (2019). The tangled web: Studying online fake news. In: **Proceedings of the 2019 International Conference on Information Systems (ICIS)**, 1-7.
- Bessi, A. (2016). Personality traits and echo chambers on Facebook. **Computers in Human Behavior**, 65, 319-324.
- Born, K., & Edgington, N. (2017). Analysis of philanthropic opportunities to mitigate the disinformation/propaganda problema. **Hewlett Foundation**. Acessado em: 01/07/2021, Disponível em: <https://www.hewlett.org/wp-content/uploads/2017/11/Hewlett-Disinformation-Propaganda-Report.pdf>
- Carvalho, C., Klagge, N., & Moench, E. (2011). The persistence effects of a false news shock. **Journal of Empirical Finance**, 18(4), 597-615.
- Cash, J., & Nunamaker, J. (1989). The information systems research challenge, vol. I: Qualitative research methods. Harvard Business School Press, Boston, MA, USA.
- Cerf, V. G. (2016). Information and Misinformation on the Internet. **Communications of the ACM**, 60(1).
- Chen, W., & Hirschheim, R. (2004). A paradigmatic and methodological examination of Information Systems Research from 1991 to 2001. **Information Systems Journal**, 14 (3), 197-235.
- Colliander, J. (2019). "This is fake news": Investigating the role of conformity to other users' views when commenting on and spreading disinformation in social media. **Computers in Human Behavior**, 97, 202-215.
- Costa Netto, Y., & Maçada, A. C. G. (2019). The influence of social media filter bubbles and echo chambers on IT identity construction. In: **Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS)**, 1-14.
- Di Domenico, G., Sit, J., Ishizaka, A., & Nunan, D. (2021). Fake news, social media and marketing: A systematic review. **Journal of Business Research**, 124, 329-341.
- Duggan, M., & Smith, A. (2016). The political environment on social media. **Pew Research Centre**.
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. **Informal Logic**, 38(1), 84-117.
- Gibbs, J. L., Rozaidi, N. A., & Eisenberg, J. (2013). Overcoming the "Ideology of Openness": Probing the Affordances of Social Media for Organizational Knowledge Sharing. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 19, 102-120.
- Gimpel, H., Heger, S., Olenberger, C., Utz, L. (2021). The effectiveness of social norms in fighting fake news on social media. **Journal of Management Information Systems**, 38(1), 196-221.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the big-five factor structure. **Psychological Assessment**, 4(1), 26.
- Gregor, S. (2006). The nature of theory in Information Systems. **MIS Quarterly**, 30(3), 611-642.
- Hannah, D. R., McCarthy, I. P., & Kietzmann, J. (2015). We're leaking, and everything's fine: How and why companies deliberately leak secrets. **Business Horizons**, 58(6), 659-667.
- Haug, M., & Gewald, H. (2018). Are you the reason fake news exist? Investigating news sharing attitude on Twitter. In: **Proceedings of the 39th International Conference on Information Systems (ICIS)**.
- Holdeman, E. (2018). BLOG: Disaster Zone: How to counter fake news during a disaster. **Chicago**: TCA Regional News.
- Hossain, M. A., Dwivedi, Y. K., Chan, C., Standing, C., & Olanrewaju, A. S. (2018). Sharing political content in online social media: A planned and unplanned behaviour approach. **Information Systems Frontiers**, 20(3), 485-501.
- Islam, A. K. M. N., Laato, S., Talukder, S., & Sutinen, E. (2020). Misinformation sharing and social media fatigue during COVID-19: An affordance and cognitive load perspective. **Technological Forecasting & Social Change**, 159, 1-14.

- Jang, S. M., Geng, T., Li, J. Q., Xia, R., Huang, C., Kim, H., & Tang, J. (2018). A computational approach for examining the roots and spreading patterns of fake news: Evolution tree analysis. **Computers in Human Behavior**, 84, 103-113.
- Jin, Z., Cao, J., Guo, H., Zhang, Y., Wang, Y., Luo, J. (2017). Detection and analysis of 2016 US presidential election related rumors on Twitter. In: **International conference on social computing, behavioral-cultural modeling and prediction and behavior representation in modeling and simulation** (pp. 14-24). Cham: Springer.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. **Macmillan**, New York.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). User of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. **Business Horizons**, 53(1), 59-68.
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., Nerur, S. (2018). Advances in social media research: Past, present and future. **Information Systems Frontiers**, 20(3), 531-558.
- Kashdan, T. B., Rose, P., & Fincham, F. D. (2004). Curiosity and exploration: Facilitating positive subjective experiences and personal growth opportunities. **Journal of Personality Assessment**, 82(3), 291-305.
- Kim, A., & Dennis, A. R. (2019). Says who? The effects of presentation format and source rating on fake news in social media. **MIS Quarterly**, 43(3), 1025-1039.
- Kim, A., Moravec, P. L., & Dennis, A. R. (2019). Combating fake news on social media with source ratings: The effects of user and expert reputation ratings. **Journal of Management Information Systems**, 36(3), 931-968.
- Kormos, C., Gifford, R., & Brown, E. The influence of descriptive social norm information on sustainable transportation behavior. **Environment and Behavior**, 47(5), 479-501.
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Islam, M. N., & Whelan, E. (2020). What drives unverified information sharing and cyberchondria during the COVID-19 pandemic? **European Journal of Information Systems**, 29(3), 288-305.
- LaRose, R., Lin, C.A., & Eastin, M.S. (2003). Unregulated internet usage: Addiction, habit, or deficient self-regulation? **Media Psychology**, 5(3), 225-253.
- Law, T. J. (2019). 23 top social media sites to consider for your business. **Oberlo**. Acessado em: 05/04/2021, Disponível em: <https://www.oberlo.com/blog/social-media-sites>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. **Science**, 359(6380), 1094-1096.
- Lilleker, D. (2017). Evidence to the Culture, Media and Sport Committee'Fake news' inquiry. **Bournemouth University**. Acessado em: 12/04/2021, Disponível em: <http://eprints.bournemouth.ac.uk/>
- Mazer, J. P., Thompson, B., Cherry, J., Russell, M., Payne, H. J., Kirby, E. G., & Pfohl, W. (2015). Communication in the face of school crisis: Examining the volume and content of social mentions during active shooter incidents. **Computers in Human Behavior**, 53, 238-248.
- Morales, V. J. G., Rojas, R. M., & Lopez, E. L. (2018). Influence of social media technologies on organizational performance through knowledge and innovation. **Baltic Journal of Management**, 13(3), 345-367.
- Moravec, P. L., Minas, R. K., & Dennis, A. R. (2019). Fake News on social media: People believe what they want to believe when it makes no sense at all. **MIS Quarterly**, 43(4), 1343-1360.
- Mozur, P., & Scott, M. (2016). Fake news in US election? Elsewhere, that's nothing new. **The New York Times**. Acesso em: 07/04/2021, Disponível em: <https://www.nytimes.com/2016/11/18/technology/fake-news-on-facebook-in-foreign-elections-thats-not-new.html>
- Musser, J., & O'Reilly, T. (2007). **Web 2.0 principles and best practices**. O'Reilly Media Inc.
- Ngai, E. W., Tao, S.S., & Moon, K. K. (2015). Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks. **International Journal of Information Management**, 35(1), 33-44.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. **Review of General Psychology**, 2(2), 175-220.
- Orlikowski, W. J., & Baroudi, J. J. (1991). Studying Information Technology in organizations: Research approaches and assumptions. **Information Systems Research**, 2(1), 1-28.
- Pang, N., & Ng, J. (2017). Misinformation in a riot: A two-step flow view. **Online Information Review**, 41(4), 438-453.
- Papanastasiou, Y. Fake News propagation and detection: A sequential model. **Management Science**, 66(5), 1-21

- Pariser, E. (2011). **The filter bubble: What the internet is hiding from you**. New York: Penguin Group.
- Pennycook, G., Bear, A., Collins, E. T., & Rand, D. G. (2020). The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news headlines increases perceived accuracy of headlines without warnings. **Management Science**, 66(11), 4944-4957.
- Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2017). Implausibility and illusory truth: Prior exposure increases perceived accuracy of fake news but has no effect on entirely implausible statements. **SSRN**. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2958246>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. **Cognition**, 188, 39-50.
- Pozzi, G., Pigni, F., & Vitari, C. (2014). Affordance theory in the IS Disciplina: A review and synthesis of the literature. **In: Twentieth Americas Conference on Information Systems (AMCIS)**.
- Rader, E., & Gray, R. (2015). Understanding user beliefs about algorithmic curation in Facebook news feed. In: Begole, B., & Kim, J. (eds). **Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems**, Seoul, Republic of Korea, 18-23 April 2015, pp. 173-182.
- Ryan, C. D., Schaul, A. J., Butner, R., & Swarthout, J. T. (2020). Monetizing disinformation in the attention economy: The case of genetically modified organisms (GMOs). **European Management Journal**, 38(1), 7-18.
- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K., & Bar, F. (2018). The diffusion of misinformation on social media: Temporal pattern, message, and source. **Computers in Human Behavior**, 83, 278-287.
- Silverman, C. (2016). This analysis shows how fake election news stories outperformed real news on Facebook. **BuzzFeed News**. Acesso em: 08/04/2021, Disponível em: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- Silverman, C., & Singer-Vine, J. (2016). Most americans who see fake news believe it, new survey says. **BuzzFeed News**. Acesso em: 12/04/2021, Disponível em: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/fake-news-survey>
- Spohr, D. (2017). Fake News and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. **Business Information Review**, 34(3), 150-160.
- Steenkamp, M., & Hyde-Clark, N. (2014). The use of Facebook for political commentary in South Africa. **Telematics and Informatics**, 31(1), 91-97.
- Straub, D. W. (2009). Editor's comments: Why top journals accept your paper. **MIS Quarterly**, 33(3), III-IX.
- Sweller, J. (2011). Cognitive load theory. **Psychology of Learning and Motivation**, 5, 37-76.
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N., & Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media and fake news sharing behavior. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 51, 72-82.
- Tandoc, E. C. Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "Fake News" A typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, 6(2), 137-153.
- Thompson, N., Wang, X., & Daya, P. (2019). Determinants of news sharing behavior on social media. **Journal of Computer Information Systems**, 60(6), 593-601.
- Torres, R. R., Gerhart, N., & Negahban, A. (2018). Epistemology in the era of fake news: An exploration of information verification behaviors among social networking site users. **The DATA BASE for Advances in Information Systems**, 49(3), 78-97.
- Tran, T., Valecha, R., Rad, P., & Rao, H. R. (2020). An investigation of misinformation harms related to social media during two humanitarian crises. **Information Systems Frontiers**.
- Wagner, C., & Majchrzak, A. (2007). Enabling customer-centricity using wikis and the wiki way. **Journal of Management Information Systems**, 23(3), 17-43.
- Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Wrigint a literature review. **MIS Quaterly**, 26(2), 1398-1408.
- WSJ. (2016). Blue feed, Red Feed. **The Wall Street Journal**. Acesso em: 10/04/2021, Disponível em: <http://graphics.wsj.com/blue-feed-red-feed/>