

O USO DE UM GAME CONTRA FAKE NEWS: UMA PESQUISA-AÇÃO NO ENSINO MÉDIO

Wagner Silva de Oliveira²⁹ – Universidade Estadual de Campinas

Resumo:

Este trabalho foi apresentado na 7ª edição do Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura (EDICC), organizado pelo Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), no dia 07 de outubro de 2020, e apresenta a pesquisa de iniciação científica “O uso de um *game* contra *fake news*: uma pesquisa-ação no ensino médio”. Realizada pelo graduando de Letras da Unicamp, Wagner Oliveira, e orientada pela prof. Dra. Inês Signorini, essa pesquisa é integrante do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) 2020 da Unicamp e conta com o apoio da bolsa concedida pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Situada dentro do campo de estudos da Linguística Aplicada, a pesquisa visa responder à seguinte pergunta: um *game* criado para combater *fake news* seria uma estratégia de letramento digital pertinente com alunos do ensino médio? Para isso, baseando-se nos referenciais teóricos que situam e contextualizam o conceito de *fake news* e de *game*, utiliza o jogo online *Bad News* para aplicação de uma pesquisa-ação com um grupo de dez alunos integrantes do cursinho pré-vestibular popular TRIU, situado na cidade de Campinas – SP, a fim de verificar se passar pela experiência de jogar o *game* os deixaria menos suscetíveis a acreditar em notícias falsas. Com seu cronograma de execução previsto para conclusão até julho de 2021, a pesquisa se encontra, no momento da submissão deste trabalho, no estágio de análise dos resultados preliminares, tendo contado, inclusive, com as contribuições obtidas na comunicação oral realizada no EDICC para fechamento do questionário de pesquisa. Dessa forma, este trabalho é finalizado com os próximos passos previstos para conclusão da pesquisa.

Palavras-chave: *Fake news*. Letramento digital. Ensino médio. *Game*.

Abstract:

This work was presented at the 7th edition of the Science and Culture Dissemination Meeting (EDICC), organized by the Laboratory of Advanced Studies in Journalism (Labjor) at the State University of Campinas (Unicamp), on October 7, 2020, and presents the scientific initiation research “The use of a game against fake news: an action-research in high school”. Conducted by Unicamp undergraduate student of Linguistic, Wagner Oliveira, and supervised by prof. Dr. Inês Signorini, this research is part of the Institutional Program for Scientific Initiation Scholarships (PIBIC) 2020 from Unicamp and has the support of a scholarship granted by the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq). Situated within the field of Applied Linguistics studies, the research aims to answer the following question: would a game created to combat fake news be a pertinent digital literacy strategy with high school students? To do so, based on the theoretical frameworks that situate and contextualize the concept of fake news and games, it uses the *Bad News* online game to apply an action-research with a group of ten students who are part of the popular pre-university entrance exam course, located in the city of Campinas - SP, in order to verify if going through the experience of playing the game would make them less susceptible to believe in fake news. With its execution scheduled for completion by July 2021, the research is, at the time of submission of this work, in the stage of analysis of the preliminary results, having even counted on the contributions obtained in the oral communication held at the EDICC for closing the research questionnaire. Thus, this work is concluded with the next steps foreseen for the conclusion of the research.

Keywords: Fake news. Digital literacy. High school. Game.

²⁹ Wagner Oliveira é graduado em Comunicação Social, pós-graduado em Administração de Empresas e, atualmente, graduando da licenciatura em Letras da Unicamp, no IEL. E-mail: w179287@dac.unicamp.br

Introdução

A revolução digital pela qual o mundo passa, sobretudo nas últimas décadas, trouxe mudanças profundas na forma como o ser humano acessa e compartilha informações. De consumidores passivos da mídia, passamos a produtores ativos de informações, com instrumentos que estão cada vez mais acessíveis às nossas mãos. Porém, essa realidade traz à tona a problemática da responsabilidade com que todos podem disseminar informações verdadeiras ou falsas. Daí que se discute a importância de se falar sobre as *fake news* no contexto atual.

Motivada por esse cenário, essa pesquisa de iniciação científica, inserida dentro do campo de estudos da Linguística Aplicada, propõe a utilização de um *game* para ajudar alunos do ensino médio de escola pública da cidade de Campinas-SP a entenderem o mecanismo de construção e disseminação das *fake news*, buscando descobrir se essa experiência por meio do jogo é capaz de torná-los mais críticos na hora de reconhecer uma notícia falsa. Dessa forma, a pesquisa visa responder à seguinte pergunta: um *game* criado para combater *fake news* seria uma estratégia de letramento digital pertinente com alunos do ensino médio?

Por meio dos registros obtidos nessa pesquisa-ação, então, espera-se propor possíveis intervenções na educação escolar de nível médio sobre como desenvolver a criticidade dos alunos no reconhecimento das *fake news*, bem como contribuir com a formulação de hipóteses para pesquisas futuras dentro dessa mesma temática.

Essa pesquisa, orientada pela prof. Dra. Inês Signorini, é integrante do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) 2020 da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e conta com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)³⁰, cujo cronograma de execução tem como previsão o mês de julho de 2021 para a sua conclusão. No momento de sua apresentação nas comunicações orais da 7ª edição do Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura (EDICC), organizado pelo Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Unicamp, no dia 07 de outubro de 2020, o autor compartilhou a pesquisa em seu estágio de elaboração do questionário que ainda seria aplicado, tendo, inclusive, recebido valiosas contribuições dos participantes para fechamento do mesmo.

Atualmente, no momento da submissão deste trabalho, a pesquisa se encontra em seu estágio de análise dos resultados parciais, já tendo realizado a aplicação da pesquisa. Por isso,

30 Bolsista PIBIC 2020/2021, processo CNPq nº 129989/2020-7 e CAAE nº 39402420.9.0000.8142.

compartilha, neste texto, as percepções iniciais após a aplicação da pesquisa e os seus próximos passos previstos até a conclusão.

1. A problemática das *fake news*

A presença do online³¹ no cotidiano do brasileiro é um fato indiscutível. A internet alcançou, em 2019, uma penetração de 70% na população nacional, o que representa mais de 149 milhões de brasileiros usuários de internet, de acordo com o relatório “*Digital in 2019*”, elaborado pela *We are social* em parceria com a *Hootsuite*.³² Desse expressivo montante, pelo menos 140 milhões são usuários ativos de redes sociais, sendo o Facebook utilizado por 130 milhões de brasileiros, o Youtube por 98 milhões e o Instagram por 69 milhões.

No entanto, o uso “social”, focado apenas em relacionamento entre usuários, não é o único feito pelo brasileiro, que vem utilizando essa presença massiva na internet e nas redes sociais também para se informar. Segundo um dos mais importantes estudos sobre consumo de notícias no mundo, o *Digital News Report* de 2019, do *Reuters Institute*³³, 87% dos brasileiros com acesso à internet leem notícias online. Além disso, 53% usam o WhatsApp para obter notícias, e 54% fazem o mesmo por meio do Facebook.

Esse uso da internet feito pelo brasileiro para se informar, por meio das redes sociais e dos aplicativos, acarreta mudanças significativas na relação que o usuário estabelece com a informação. Afinal, com as mídias mais tradicionais, esse mesmo usuário se encontrava na condição de sujeito passivo consumidor de informação, enquanto, no contexto atual, ele passa a ser um usuário ativo que também compartilha e até produz informação. Um dado do *Digital News Report* de 2019 aponta que 58% dos usuários brasileiros compartilham notícias por meio das redes sociais ou por e-mail.

A questão que fica, diante desse cenário, é a forma com que esses usuários têm compartilhado informação pelas redes sociais e pelos aplicativos. Muitas vezes, sem a devida leitura crítica que os faria reconhecer uma informação falsa. Imbuídos pela facilidade característica do meio online para compartilhar mensagens, esses usuários se tornam instrumentos para a disseminação das chamadas *fake news*, ou seja, notícias falsas que,

31 Neste projeto, trato os vocábulos “online” e “digital” no contexto de “meios”, ou seja, de “mídia”, como possíveis sinônimos para se referir ao ambiente da internet.

32 KEMP, S. Digital in 2019, *We Are Social*, 30 jan. 2019. Disponível em:

<<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>>. Acesso em: 01 mai. 2020.

33 RUIZ, S. Brasileiro se informa pelo Facebook e WhatsApp, *Meio e mensagem*, 12 jun. 2019. Disponível em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2019/06/12/brasileiro-se-informa-pelo-facebook-e-whatsapp.html>>. Acesso em: 01 mai. 2020.

geralmente, atuam em prol dos interesses políticos e sociais de grupos específicos que manobram opiniões e inverdades a seu favor ou, ainda, geram desinformação com a finalidade principal de causar confusão na rede.

Para Kai Shu et al (2017), as *fake news* não acontecem apenas na mídia online. Estão presentes desde a tradicional mídia, sustentando-se por dois aspectos principais de identificação: autenticidade (em que bases a informação foi criada) e intenção (com quais propósitos foi criada). No entanto, para os autores essa identificação se caracteriza de maneira diferente quando numa rede social, pois, enquanto na mídia tradicional as *fake news* possuem fundamentos psicológicos e sociais, na online elas contam com contas falsas e um sistema de “câmara de eco”, ou seja, um forma de propagação vertiginosa pela rede.

Essa capacidade de replicação é favorecida pelo próprio modo de funcionamento das redes sociais, geralmente permeadas pela lógica de um ou mais algoritmos. Como apontam Grace e Hone (2019), os usuários do Facebook não são alertados sobre a exposição a notícias falsas que são reforçadas em sua busca orgânica, pois quanto mais consomem determinado tipo de informação, mais serão direcionados a informações e opiniões que reforcem esse tipo de consumo. Dentro dessa lógica de funcionamento, podemos ainda falar sobre os tipos de *fake news* existentes, de acordo com o propósito para que foram criadas e a informação que replicam.

Sharma et al (2019) faz essa classificação levando em consideração o motivo ou a intenção das *fake news*, dividindo-as em, basicamente, dois principais tipos: *misinformation* (quando os usuários replicam a informação sem a intenção de desinformar) e *disinformation* (quando se trata de usuários que propagam falsas informações intencionalmente, para um fim específico). Interessante notar, nesse sentido, que o funcionamento das *fake news* passa pelo segundo tipo de usuários justamente usando o primeiro tipo para alcançar os seus interesses com a replicação. Por isso que, conforme apontado por Valero e Oliveira (2018):

O problema de espalhar informações falsas com a intenção de enganar o público tornou-se um problema global, reforçado pela onipresença da internet, pela possibilidade de viralização e pelo fato de muitas pessoas receberem a maioria das notícias através das redes sociais e não saberem reconhecer informações falsas quando apresentadas. (VALERO; OLIVEIRA, 2018, p. 71)

O fato mais recente e expressivo que corrobora essa realidade foi o papel que as *fake news* tiveram ao longo do ano eleitoral de 2018 no Brasil. Segundo pesquisa realizada pela

*IDEA Big Data*³⁴, analisando as redes Facebook e Twitter em outubro de 2018, mais de 98% dos eleitores do então candidato à presidência Jair Bolsonaro tiveram contato com uma ou mais notícias falsas durante a eleição, e mais de 89% acreditaram que tais *fake news* eram verdadeiras. Mais recentemente, já em 2020, um Estudo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FespSP)³⁵ identificou que, dos 1,2 milhão de *posts* que circularam no Twitter com a *hashtag* #BolsonaroDay, a fim de demonstrar apoio ao presidente do Brasil nos atos de rua promovidos no dia 15 de março último, 55% foram feitos por robôs, que são perfis falsos criados como usuários de redes sociais com o fim exclusivo de disseminar *fake news*, montando justamente a “câmara de eco” citada anteriormente.

Ou seja, fatos como esses são evidências claras de como as *fake news* têm atuado no nosso país e de como são significativas ao influenciar importantes processos de decisão.

2. O porquê do *game*

Diante da realidade incontestável de que as *fake news* estão entre nós e atuam de maneira significativa nos movimentos que interessam e influenciam a sociedade brasileira, esta pesquisa se justifica por se propor a verificar como o uso de um *game* pode ajudar a desenvolver em alunos do ensino médio a criticidade necessária à identificação das *fake news*, o que, conseqüentemente, evitaria a sua disseminação, freando o seu poder de propagação.

Nesse sentido, é importante destacar que tal criticidade por parte dos usuários vai além de apenas saber manusear instrumentos ou se relacionar com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), pois, como pode se ver pelos dados apresentados até aqui, o digital e seus instrumentos já têm tido penetração e uso significativos no Brasil. Dessa forma, trata-se da importância de educar para saber, além de manusear dispositivos e navegar nas redes sociais, o que fazer com a informação que circula no online. É justamente a distinção que Buzato (2006) estabelece entre “alfabetização digital” e “letramento digital”, pois:

O que se espera do cidadão, do professor e do aluno, não é simplesmente que domine um conjunto de símbolos, regras e habilidades ligadas ao uso das TIC, mas que “pratique” as TIC socialmente, isto é, que domine os diferentes “gêneros digitais” que estão sendo construídos sóciohistoricamente nas

34 PASQUINI, P. 90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em fake news, diz estudo, *Folha de S. Paulo*, 2 nov. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-diz-estudo.shtml>>. Acesso em 03 mai. 2020.

35 KALIL, I.; SANTINI, R. M. *Coronavírus, Pandemia, Infodemia e Política*. Relatório de pesquisa. Divulgado em 01 de abril de 2020. 21p. São Paulo / Rio de Janeiro: FESPSP / UFRJ. Disponível em: <https://www.fesp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf>. Acesso em: 4 mai. 2020.

diversas esferas de atividade social em que as TIC são utilizadas para a comunicação. (BUZATO, 2006, p. 8).

Ou seja, saber lidar com as *fake news* demanda uma prática educacional muito mais próxima do conceito de “letramento digital” do que simplesmente ser alfabetizado digitalmente. E uma das formas possíveis de se efetivar tal prática, no caso específico das *fake news*, é por meio do *game* online *Bad News*³⁶, que leva o usuário a jogar como um criador de *fake news*, tendo que conhecer e manipular os principais elementos das notícias falsas para ser capaz de criar notícias com potencial de propagação na rede. Dessa forma, ao fazê-lo, espera-se que o usuário perceba quais são os mecanismos por trás da elaboração das *fake news*. Como apontam Urban, Hewitt e Moore (2018, p. 179), “um videogame, com sua capacidade de simular um ambiente e mostrar relações de causa e efeito, é um meio apropriado para alcançar este objetivo”.

O jogo *Bad News* já conta com uma relevante e comprovada efetividade no que diz respeito ao educar para reconhecer e combater *fake news*. De acordo com pesquisa da Universidade de Cambridge³⁷, realizada em 2018 com 15 mil usuários do *Bad News*, jogar o *game* por apenas 15 minutos ajuda os usuários a desenvolver “anticorpos mentais” contra *fake news*, além de os seus jogadores ficarem 21% menos propensos a acreditar nas notícias falsas, em comparação com antes de jogarem o *game*.

Dessa forma, buscou-se encontrar essa mesma efetividade na aplicação com os alunos de ensino médio que compõem o grupo de observação desta pesquisa, formado por 10 estudantes voluntários de escola pública, residentes à cidade de Campinas-SP e matriculados no cursinho popular TRIU³⁸, do qual o autor faz parte e atua como professor de língua portuguesa há três anos.

Nesses moldes, essa pesquisa se propôs a trabalhar com o *game* como instrumento educativo por entender que é na educação que começa o letramento necessário para saber como se relacionar com o fenômeno das *fake news*.

36 *Bad News Game*. Disponível em: <<https://www.getbadnews.com/>>. Acesso em: 01 mai. 2020.

37 FAKE news ‘vaccine’ works: ‘pre-bunk’ game reduces susceptibility to disinformation, *University of Cambridge*, 25 jun. 2019. Disponível em: <<https://www.cam.ac.uk/research/news/fake-news-vaccine-works-pre-bunk-game-reduces-susceptibility-to-disinformation>>. Acesso em: 01 mai. 2020.

38 O *Cursinho Popular TRIU* é um projeto que trabalha, há mais de 15 anos, pela popularização da universidade pública e funciona na Escola Estadual Barão Geraldo de Resende, em Barão Geraldo (Campinas – SP). Disponível em: <<http://cursinhotriu.com.br/>>. Acesso em: 04 mai. 2020.

3. Objetivos da pesquisa

Essa pesquisa tem como objetivo geral avaliar o uso de um game criado para combater *fake news* como estratégia de letramento digital no ensino médio. Nessa esteira, seus objetivos específicos são: (i.) identificar e descrever os modos de apropriação dos alunos das estratégias propostas pelo game *Bad News*; (ii.) avaliar a capacidade dos alunos participantes da pesquisa no reconhecimento de *fake news* antes e depois de jogar o *Bad News*; (iii.) propor possíveis intervenções no ensino médio com base nos resultados da pesquisa.

4. Metodologia

Baseando-se na introdução do game *Bad News* a um grupo de alunos do ensino médio na condição de jogadores, o propósito dessa pesquisa se alinha ao que Robson (2002) define como emancipatório. Dessa forma, o pesquisador age sobre algo e se envolve em alguma ação enquanto é participante e observador, ou seja, o pesquisador será parte daquilo que está pesquisando. Tal dinâmica atribui caráter de perspectiva indutiva à pesquisa, pois, pelo viés fenomenológico, busca-se compreender um contexto da vida real por meio da geração e análise de dados em uma situação específica.

Essa situação de análise será criada ao se observar como os alunos farão suas escolhas ao longo do jogo, que permite aos seus jogadores escolherem quais elementos desejam usar na construção das *fake news*, como, por exemplo, fatos sensacionalistas, alarmes de catástrofes iminentes, difamação de pessoas públicas, dentre outras opções que vão construindo notícias falsas. Desse modo, se o jogador é bem-sucedido em suas escolhas, a notícia falsa se replica com facilidade, fazendo-o ganhar seguidores e aumentar seus pontos no jogo. Assim, à medida que ganha mais pontos, o jogador vai adquirindo insígnias, que representam os principais elementos constituintes das *fake news*. Esse é o raciocínio que o jogo leva o usuário a desenvolver.

Sendo assim, essa pesquisa é do tipo qualitativo e possui caráter participativo (COUTINHO, 2011), pois visa compreender um problema abrangente inserido em uma situação específica e contextualizada, por meio de uma abordagem emancipada e não neutra por parte do pesquisador. Para isso, levando em conta a aplicação do jogo, usou-se a metodologia de “pesquisa-ação”, cujos dados foram registrados por meio dos seguintes instrumentos: (i.) uso do diário de campo, para registrar impressões do pesquisador; (ii.) uso do Google Meet, para interação do pesquisador com os estudantes ao jogarem, bem como gravação dessa conversa; (iii.) e uso de questionários, a fim de registrar a opinião dos alunos sobre o quão capazes eles

se consideram de identificar *fake news*, antes e depois de jogarem. Assim, o mesmo questionário foi aplicado duas vezes, com o intuito de averiguar se passar por essa experiência gerou mudanças expressivas na percepção e no raciocínio dos alunos.

Por fim, os registros obtidos por meio desses três instrumentos serão triangulados para análise, a fim de propor intervenções no espaço escolar que possam desenvolver nos alunos a criticidade necessária ao lidar com *fake news*, conforme os resultados obtidos.

5. Resultados preliminares

A aplicação da pesquisa foi realizada no período entre 05 e 28 de janeiro de 2021, com os dez estudantes de escola pública integrantes do cursinho popular TRIU. As interações realizadas individualmente com cada um dos participantes da pesquisa foram gravadas por meio do aplicativo Google Meet, bem como as impressões do pesquisador foram registradas em seu diário de campo sobre cada um dos alunos. Os questionários também foram preenchidos a cada participante, e todos esses registros da pesquisa estarão disponíveis para consulta online em uma pasta do Google Drive, sendo utilizados unicamente para fins de pesquisa científica. Esse armazenamento será mantido pelo período de 05 anos e, posteriormente, será destruído, seguindo as normas determinadas pela aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais (CEP-CHS) da Unicamp.

Preliminarmente, os registros obtidos apontam um resultado bastante positivo na percepção dos alunos em relação às *fake news* após passarem pela experiência do jogo *Bad News*, e isso ficou perceptível por meio do questionário aplicado antes e depois do *game*. Uma das perguntas desse questionário pedia que os participantes julgassem, em uma escalada de 01 a 05, quão provável que as notícias apresentadas a eles fossem falsas, sendo que quanto mais próximo de 01 estivesse esse julgamento, maior a chance de não se tratar de uma *fake news*, e quanto mais próximo de 05, mais provável de ser uma notícia falsa. Desse modo, todas as cinco notícias apresentadas aos alunos eram falsas, porém nem todas foram vistas como tal pelos alunos na primeira aplicação do questionário.

Após passarem pela experiência de jogar o *Bad News*, então, os alunos voltaram a julgar as mesmas notícias, sendo questionados se manteriam ou repensariam a escala de 01 a 05 atribuída a cada uma das notícias. Neste momento, todos os alunos que julgaram novamente as notícias, sem exceção, repensaram a escala atribuída por eles em relação a pelo menos uma das notícias julgadas, sempre se demonstrando mais sensíveis a notar que se tratava de uma *fake news*.

Por meio de uma análise mais aprofundada e detalhada dos registros, espera-se, ainda, entender os motivos pelos quais os alunos repensaram o seu julgamento das *fake news*, bem como realizar uma descrição sobre a relação dos participantes com as notícias e o seu comportamento frente as *fake news*, pontos estes que foram averiguados por meio das demais perguntas realizadas no restante do questionário.

Desse modo, com sua previsão de conclusão prevista para até julho de 2021, essa pesquisa segue, agora, com a análise dos registros obtidos e contará também com a contribuição dos integrantes do Grupo de Pesquisa CNPq *Práticas de escrita e de reflexão sobre a escrita em diferentes mídias*, liderado pela Prof. Dra. Inês Signorini, do qual o autor faz parte e, por isso, apresentará os resultados dessa pesquisa para discussão conjunta.

Referências

BUZATO, M. *Letramentos Digitais e Formação de Professores*. III CONGRESSO IBERO-AMERICANO EDUCAREDE: EDUCAÇÃO, INTERNET E OPORTUNIDADES. Memorial da América Latina, São Paulo, mai. 2006.

COUTINHO, P. *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática*. Almedina: Coimbra, 2011.

GRACE, L.; HONE, B. *Factitious: Large Scale Computer Game to Fight Fake News and Improve News Literacy*. In: CHI CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, *Extended abstracts*. Glasgow, Scotland, UK. ACM, New York, NY, USA. Maio, 2019.

ROBSON, C. *Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-Researchers*. 2nd ed. Blackwell Publishing: UK, 2002.

SHARMA, K.; QIAN, F.; JIANG, H.; RUCHANSKY, N.; ZHANG, M.; Liu, Y. *Combating Fake News: A Survey on Identification and Mitigation Techniques*. ACM Trans. Intell. Syst. Technol. 37, 4, Article 111. Ago, 2018.

SHU, K.; SLIVA, A.; WANG, S.; TANG, J.; Liu, H. *Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective*. ACM SIGKDD Explorations, 2017.

URBAN, A.; HEWITT, C.; MOORE, J. *Fake It to Make It: Game-based Learning and Persuasive Design in a Disinformation Simulator*. CONFERENCE: ASSOCIATION FOR EDUCATIONAL COMMUNICATIONS AND TECHNOLOGY 2018. Kansas City, MO. Nov, 2018.

VALERO, P.; OLIVEIRA, L. *Fake news: una revisión sistemática de la literatura*. Observatorio (OBS*) Special Issue, 054-078, 2018.