

## LITERACIA MIDIÁTICA E COMBATE A FAKE NEWS: UM ESTUDO DE CASO COM O PÚBLICO DA TERCEIRA IDADE

Carla Montuori Montuori Fernandes<sup>1</sup>  
Luiz Ademir de Oliveira<sup>2</sup>  
Pedro Augusto Farnese<sup>3</sup>  
Luciana Janizello Augusto<sup>4</sup>

**Resumo:** Este estudo é o resultado de sistematizações teóricas e práticas sobre a extensão universitária voltada para pessoas idosas com foco na educação midiática, com vistas ao enfrentamento de contextos que envolvem a circulação de *fake news*. Um estudo de caso realizado a partir das ações do projeto Literamídia +50, uma parceria do IF Sudeste MG e Universidade Paulista, apontou caminhos analíticos que podem auxiliar na definição de estratégias de Literacia Midiática capazes de auxiliar na conscientização sobre os riscos que o ambiente virtual impõe aos cidadãos. A amostra compreendeu 17 integrantes (alunos), que frequentaram o curso durante o período de julho a dezembro de 2021 e aceitaram participar da pesquisa, assinando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, após aprovação da pesquisa no Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Paulista (UNIP). Os resultados revelaram que a literacia representa um caminho promissor no sentido de oportunizar ao idoso o acesso mais seguro e consciente da informação, que recebe e compartilha nas mídias digitais.

**Palavras-chave:** Mídias Digitais, Fake News, Terceira Idade, Literacia Midiática.

- 
- 1 Pós-doutora em Comunicação Política pela Universidade de Valladolid. Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP).
  - 2 Doutor em Ciência Política (Ciência Política e Sociologia) pela Sociedade Brasileira de Instrução - SBI/IUPERJ. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Docente e pesquisador do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). Bolsista de Produtividade CNPq – Nível 2
  - 3 Doutor em Comunicação e Cultura Midiática pela Universidade Paulista (Unip) e jornalista efetivo do Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais - Campus Juiz de Fora. É mestre em Comunicação, especialista em Comunicação Empresarial, pós-graduado em Marketing e Negócios e bacharel em Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).
  - 4 Mestre em Comunicação pela Universidade Paulista, bolsista CAPES. Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade São Marcos.

---

-- ARTIGO RECEBIDO EM 01/02/2024. ACEITO EM 30/07/2024. --

# MEDIA LITERACY AND FIGHTING FAKE NEWS: A CASE STUDY WITH THE SENIOR AUDIENCE

**Abstract:** This study is the result of theoretical and practical systematizations on university extension aimed at elderly people with a focus on media education, with a view to confronting contexts that involve the circulation of fake news. A case study carried out based on the actions of the Literamidia +50 project, a partnership between IF Sudeste MG and Universidade Paulista, pointed out analytical paths that can help in defining Media Literacy strategies capable of helping to raise awareness about the risks that the virtual environment imposes on citizens. The sample comprised 17 members (students), who attended the course from July to December 2021 and agreed to participate in the research, signing the Free and Informed Consent Form, after approval of the research by the Research Ethics Committee (CEP) from Universidade Paulista (UNIP). The results revealed that literacy represents a promising path towards providing older adults with safer and more conscious access to the information they receive and share on digital media.

**Keywords:** Digital Media, Fake News, Elderly People, Media Literacy.

## 1 INTRODUÇÃO

Os processos de troca comunicacionais são compreendidos como base de toda experiência humana e social. Seja de forma presencial, nas interações face a face, ou mediadas tecnologicamente, os indivíduos interagem de forma recorrente, principalmente a partir de interlocutores que compartilham de um universo cultural e social semelhante. Com o surgimento e consolidação das mídias digitais, houve uma disseminação muito mais intensificada das formas simbólicas. Wolton (2010) define como horizontes da comunicação o compartilhamento, a convicção, a sedução, a influência e a convivência. “A aldeia global é uma realidade tecnológica, mas não apenas social, cultural e política” (Wolton, 2010, p. 22). O autor afirma que o problema não é mais a falta de informação, mas a criação de condições necessárias, para que indivíduos consigam se comunicar e conviver em um mundo globalizado, compreendendo e tolerando diferenças linguísticas, filosóficas, religiosas, econômicas, culturais e políticas. Vivenciamos, segundo Rodrigues (1994), um paradoxo em que se tem uma disponibilidade muito grande de novos fluxos informacionais em detrimento da dimensão comunicacional. Estamos recebendo muitas mensagens, mas estamos nos comunicando e interagindo cada vez menos.

Nesse contexto, o universo simbólico, permeado por mensagens em seus diferentes formatos (texto, áudio, imagens etc.), torna-se mais complexo, em que emissores e receptores assumem novos papéis em função dos avanços tecnológicos. Hoje, por exemplo, o receptor pode produzir, compartilhar ou simplesmente receber conteúdos. Embora a informação esteja, gradativamente, mais acessível, abundante e universalizada, a comunicação tem sido, progressivamente, mais rara, sinalizando que o mundo digital transformou, também, as formas de circulação de signos e, portanto, de distintas formas de sociabilidade (Wolton, 2010; Lévy, 2009). Assim,

“produzir informações e a elas ter acesso não significa mais comunicar” (Wolton, 2010, p. 16).

Primo (2007), por sua vez, atenta que a *Web 2.0* inaugurou a possibilidade de os usuários participarem da construção da própria rede, instaurando uma nova dinâmica na vida social. Com isso, as interações sociais são aprimoradas bem como as comunidades virtuais, permitindo que atividades, antes relegadas apenas a especialistas, se tornem disponíveis para qualquer cidadão e ampliem os espaços para a interação entre os participantes do processo. Para Lévy (2009), contudo, essa descentralização dos discursos e do conhecimento potencializa a crise informacional no sentido de interferir sobre a qualidade das informações disseminadas no que diz respeito à sua veracidade, gerando uma crise informacional popularizada pelo termo “desinformação”.

A desinformação, que se popularizou a partir da expressão *fake news* (notícias falsas), é compreendida como um ruído nos processos comunicacionais que afetam a dinâmica das relações sociais e institucionais. Entende-se, portanto, como significado de mentira, desordem no fluxo informativo, distorção dos fatos, que é elaborada e veiculada de maneira intencional ao suscitar dúvidas, falsos debates, informações imprecisas e incorretas, além da forma descontextualizada como são propagadas. Em muitos casos, a produção e disseminação de *fake news* estão atreladas a interesses ideológicos. Isso fica mais claro quando se identifica que um dos campos mais afetados pela divulgação de notícias falsas é a política. Para Wardle e Derakhshan (2017), a definição do conceito de desinformação e *fake news* se refere a informações, que são criadas e divulgadas deliberadamente com o objetivo de causar danos, confundir e deturpar.

Conteúdos falsos sempre circularam em formato de boatos e rumores, porém o que diferencia hoje é a facilidade que encontram de se espalharem para um grande público, num tempo curto e para diversos espaços, amparados pela escalada no mundo digital. Trata-se do contexto de uma sociedade midiaticizada, em que há uma circulação muito mais rápida, além do contato permanente dos indivíduos com os conteúdos midiáticos em função das mídias digitais. Braga (2012) afirma que a midiaticização implica na forma como o cotidiano passa a ser incorporado ao universo digital. Ademais, o volume de compartilhamento sem nenhum tipo de checagem sobre a veracidade da notícia é ponto importante nessa equação problemática. Quem compartilha *fake news* e colabora para sua disseminação, também, é responsável pelos danos, que ela, certamente, causará a todos os envolvidos. É nesse contexto, conforme aponta Ferrari (2018), que a literacia midiática abrangente e estendida a todos os públicos se torna fundamental.

Na percepção de Ferrés (2007), a literacia midiática permite que cidadãos construam um pensamento crítico por meio do desenvolvimento de suas competências em relação à mídia. Com base nessa perspectiva, o artigo tem como objetivo estudar a relação entre literacia midiática e a percepção crítica no reconhecimento e disseminação de conteúdos falsos por meio do projeto de

extensão Literamídia, programa de educação para mídias, voltado ao público da terceira idade, compreendido a partir de 60 anos.

A iniciativa é fruto da parceria entre o Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais – *Campus* Juiz de Fora – e o Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Paulista (UNIP). O projeto foi pensado com o propósito de capacitar os participantes para o uso mais seguro e consciente das redes sociais virtuais, evitando, assim, que caiam em golpes e, ainda, sejam vítimas ou repassem *fake news*. Atualmente, os idosos já representam uma parcela crescente da população brasileira, com mais de 10% na faixa etária de 60 anos ou mais de idade, correspondendo a cerca de 22,2 milhões de pessoas, segundo dados apurados em 2022 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>5</sup>.

Pesquisas indicam que o público idoso passou a usar a internet com mais frequência, especialmente após a pandemia de Covid-19. De acordo com um levantamento realizado pelo Kantar Ibope, 75% dos idosos com acesso à internet realizaram alguma transação online em 2020. Além disso, houve um aumento de 66% nas interações nas redes sociais em comparação com os anos anteriores<sup>6</sup>. Não obstante, os desafios do ambiente digital são mais pronunciados na terceira idade, uma vez que não tiveram acesso a essas tecnologias durante sua formação. Estabel, Luce e Santini (2020) lembram que a população idosa teve de se adaptar a evolução de várias mídias de comunicação (rádio, televisão e, agora, o computador ou o telefone celular com acesso à *internet*) e, hoje, se encontra inserida no contexto das constantes mudanças tecnológicas.

Ao pertencer a uma geração, que foi inserida e precisa se adaptar às constantes inovações do ambiente digital, Santos e Almêda (2017) nomearam os indivíduos da terceira idade de “imigrantes digitais” devido ao fato de que podem se deparar com algumas limitações no uso das ferramentas tecnológicas em virtude das suas sofisticações/atualizações e complexidade de domínio na utilização. Nesse cenário, o estudo busca responder em que medida as práticas de literacia midiática são eficazes no combate às *fake news*? O projeto de extensão Literamídia, que promove curso para o público da terceira idade, é propositivo no combate à desinformação? A pesquisa se volta para a realização de estudo qualitativo, envolvendo o acompanhamento de participantes, que aceitaram atuar na pesquisa, por meio do termo de autorização, formulado e assinado conforme orientações do Comitê de Ética e Pesquisa (CEP) da UNIP.

Para responder o problema central do artigo, optou-se pelo estudo de caso como metodologia. Yin (2014, p. 16) conceitua estudo de caso e explicita em que circunstâncias é mais bem utilizado.

---

5 Disponível em: [www.cias.ibge.gov.br](http://www.cias.ibge.gov.br) Acesso em: 20 maio 2023.

6 Disponível em: <https://educamidia.org.br/educacao-midiatica-tambem-e-para-a-terceira-idade/>. Acesso em: 20 maio 2023.

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo (o caso) em profundidade e no seu contexto no mundo real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto podem não estar evidentes com clareza. Em outras palavras, você gostaria de realizar uma pesquisa por estudo de caso porque quer compreender um caso do mundo real e aceitar que provavelmente este entendimento envolve as condições contextuais importantes pertinentes ao seu caso.

A amostra compreendeu 17 integrantes (alunos), que frequentaram o curso durante o período de julho a dezembro de 2021. As atividades desenvolvidas no projeto foram aulas *online*, com duração de duas horas, em média, por quatro dias. Depois das aulas, os alunos eram acionados na semana seguinte com atividades via *WhatsApp*, que compreendiam questões para checagem de *fake news*. Para efeito da pesquisa, foram aplicados questionários no final do curso, para verificar em que medida as práticas de literacia midiática representam ações eficazes para o acesso seguro e democrático da informação.

## 2 LITERACIA, DESINFORMAÇÃO E *FAKE NEWS*

Com o atual e crescente avanço das tecnologias digitais, a humanidade tem se deparado com um novo desafio, a era digital, que traz consigo fatores, que necessitam de estudos para serem clarificados, bem como os impactos causados. A nova ambiência midiática, que traz impactos no tecido social, configurada, principalmente, pela emergência e consolidação da internet e das redes sociais, traz muitos desafios à sociedade. Por um lado, hoje há um acesso muito mais facilitado a fontes de informação e de conhecimento, por meio do mundo digital. Basta acessar o Google ou outras plataformas e o usuário pode obter uma série de dados, antes difíceis de serem obtidos. Destaca-se ainda o potencial das novas mídias se relacionarmos ao armazenamento de informações, que faz com que as pessoas possam acessar dados de períodos muito anteriores, que foram catalogados e hoje estão disponibilizados de forma virtual.

Entretanto, além do excesso de informação, gerada pela disseminação exacerbada de mensagens, há também outros problemas e riscos advindos das tecnologias digitais. Há um maior controle e vigilância propiciada pelos dispositivos tecnológicos, que faz com que a vida do indivíduo possa ser monitorada por empresas ou instituições. Outra questão preocupante é a produção e divulgação cada vez maior de *fake news*. Tal fenômeno faz com que conceitos como desinformação se tornem amplamente conhecidos. Assim, é relevante que se aprofunde neste debate acerca tanto da produção e circulação de notícias falsas como o impacto social que elas têm.

A desinformação, atualmente associada à ideia de *fake news*, é considerada uma disfunção, pois é caracterizada por mentiras e desordem nos circuitos informativos, sendo elaborada e veiculada de maneira intencional. Visa, muitas vezes, gerar dúvidas, falsos debates e descontextualizar os fatos. Devem ser levadas em consideração as diferentes formas de apresentação das *fake news*, que podem assumir o formato de textos, imagens, vídeos, entre outros, bem como as diversas

maneiras possíveis de gerar esse conteúdo, como ações humanas, ações de máquinas ou a combinação de ambas (SHU *et al.*, 2020).

Mesmo que se saiba que grande parte das *fake news* são produzidas diretamente por indivíduos, o uso da Inteligência Artificial (IA) para esse fim tem crescido significativamente. Segundo Shu *et al.* (2020), a desinformação e as *fake news* criadas por IA serão temáticas muito relevantes e que irão necessitar de considerável investigação. Este avanço tecnológico traz consigo aspectos preocupantes, já que, com a ajuda da IA, podem ser criados conteúdos extremamente realistas, tornando-se cada vez mais difícil sua percepção. Autores, como Souza e Santaella (2021), explicam que esse processo passou por uma rápida automatização devido aos avanços tecnológicos e à disponibilidade dos algoritmos. Esse tipo de prática, conhecida como *deep fake*, utiliza uma ferramenta tecnológica chamada de *deep learning*, que possibilita a criação de imagens, áudios ou vídeos falsos, que parecem absolutamente autênticos e reais.

Aguaded e Romero-Rodriguez (2015) afirmam que a questão da desinformação e a das *fake news* estão progressivamente em ascendência devido à sobrecarga informacional atual, que impede a tomada consciente e racional de decisões. A banalização de informações, também, favorece tal prática. É preciso levar em consideração que sua propagação se deve à dificuldade do público em identificar a origem e a fonte dessas informações, porque a *internet* alterou, de forma substancial, o conceito de “autoridade”, já que vemos diluída a identidade responsável pela informação. Por outro lado, a busca de higienização informativa por parte da mídia faz com que os leitores necessitem de maior habilidade para interpretar os fatos, que são ou não notícias reais na atualidade.

O alcance praticamente ilimitado que as *fake news* conseguem obter se deve, em muito, à propagação gerada pelos próprios utilizadores das redes sociais. Wardle e Derakhshan (2017) explicam que o público-alvo se torna todo e qualquer usuário das redes, que, também, pode se transformar em potencial agente no processo que envolve as *fake news*, uma vez que pode alimentar a rede de desinformação de forma consciente ou inconsciente. Para os autores, o impulsionamento e o compartilhamento de conteúdo com ênfase no caráter emocional, a ação mais impulsiva de dar *likes* (curtidas), comentar ou ainda compartilhar estão presentes em toda essa concepção, já que o cérebro humano libera pequenas doses de dopamina com ações, que, em alguma medida, alcancem o lado emocional dele: “Este aspecto performativo de como as pessoas usam as redes sociais é fundamental para entender como a desinformação se espalha” (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 13).

Mesmo que a desinformação não fique limitada ao cenário *online*, faz-se necessário e imprescindível reconhecer sua concentração, sobretudo nas redes sociais. As *fake news*, além de se tornarem um problema do ponto de vista institucional, afetam, diretamente, a capacidade da sociedade em entender o mundo atual. Contribuem, também, de maneira substancial, no enfraquecimento e aumento considerável da desconfiança em relação ao jornalismo, aos meios de comunicação e às instituições democráticas.

Delmazo e Valente (2018, p. 164) destacam que o problema das *fake news* “acendeu a luz amarela também a governantes, especialmente pelo impacto direto na política e, especialmente, nas disputas eleitorais”. Pode-se observar exemplos disso em diversos países pelo mundo, inclusive no Brasil durante o pleito presidencial de 2018, quando houve uma divulgação exacerbada de notícias falsas com o intuito de gerar confusão nos eleitores. Outros autores corroboram esse pensamento, já que se têm evidências de que o problema das *fake news* ganhou visibilidade, principalmente, devido à “capacidade de influenciar os sistemas políticos, e sobretudo processos eleitorais, por contribuir para acentuar a polarização política e ideológica” (Pereira; Puga; Azevedo, 2019, p. 35). Na perspectiva de Badrinathan (2021), as *fakes news* dificultam, potencialmente, o desempenho da democracia em sua plenitude, particularmente nos países, que estão em desenvolvimento, uma vez que, apesar de reconhecida a importância das *fake news* e de seus possíveis efeitos políticos, pouco ainda se sabe e se faz para combater, de forma eficaz, essa nova cultura, especialmente em locais com baixa escolaridade.

A promoção de ações de literacia midiática é, atualmente, uma das formas mais citadas por pesquisadores da área de comunicação para a prevenção e combate eficaz da prática de criação e disseminação de *fake news*. A literacia midiática inclui uma série de ferramentas e habilidades necessárias, já reconhecidas pela UNESCO como indispensáveis para a participação ativa e responsável dos cidadãos no atual universo digital e midiático, no qual a sociedade se encontra inserida (Wilson *et al.*, 2011).

Com o elevado conteúdo presente e disponível nas mídias, torna-se cada vez mais complexo distinguir o que é verdadeiro do que é falso. É nesse sentido que a literacia midiática atua e entra diretamente no combate às *fake news* e desinformação em geral, seja de conteúdos não verificados, fora de contexto, deliberadamente enganosos, incluindo, também, a maneira como a audiência se apropria e interpreta as mídias.

Os ‘factos alternativos’ e a ‘era pós-verdade’ são uma ameaça à democracia. São variados os fatores que contribuem para este problema. Entre eles, destaca-se a produção e consumo de ‘notícias falsas’, a falta de literacia para as notícias, mas também, entre outros, ausência de rotinas de verificação da veracidade por profissionais de informação (Brites *et al.*, 2018, p. 1).

Sabe-se que o uso da literacia midiática para a prevenção e combate às *fake news* e à desinformação bem como para o fomento e estímulo da conscientização do uso efetivo da interpretação e do senso crítico é uma medida a longo prazo. Dito isso, sabe-se, também, que não existe uma solução única e definitiva para o combate à desinformação e às *fake news*, mas a literacia midiática tem se mostrado muito útil para a mitigação de ambas. Como reforça Dias (2021), torna-se indispensável que os cidadãos sejam dotados de determinadas ferramentas e habilidades em literacia midiática, a fim de que possam desenvolver o espírito crítico necessário para lidar com conteúdos tendenciosos e manipulativos disponíveis, constantemente, nas redes e mídias sociais em geral.



Não se pode falar de literacia sem, necessariamente, falar de pensamento crítico enquanto prática diária, que deve integrar as nossas interações mediáticas. Nesse sentido, Paulo Barroso (2022) traz um prisma sociológico sobre a relação entre literacia midiática e pensamento crítico, quando enfatiza a inegável importância do pensamento crítico durante o processo de análise e posterior avaliação. Portanto, consiste na ferramenta essencial e determinante da literacia midiática. Desse modo, a análise crítica no processo de prevenção e combate às *fake news* ocupa posição de destaque, principalmente no que tange ao ambiente informacional digital. O autor ressalta, também, que se faz necessário que a literacia midiática considere a constância de novos desenvolvimentos tecnológicos, para poder, assim, atualizar e adaptar, constantemente, suas práticas.

A literacia midiática consiste em uma competência, que, além das habilidades cognitivas, exige duas atitudes: mente aberta e tentar se manter bem-informado (Fisher, 2021). Sobre o pensamento crítico, Weiss *et al.* (2020) afirmam que este contribui para a adoção de uma abordagem proativa, possibilitando seletividade referente a informações confiáveis.

É importante considerar que, apesar de terem acesso a ferramentas para verificar informações, muitos usuários continuam a compartilhar *fake news*, mesmo depois de desmascaradas e desmentidas. Isso sugere que apenas apontar as *fake news* pode não ser suficiente para combatê-las efetivamente. Uma abordagem complementar, que inclua a promoção da literacia midiática e o incentivo ao pensamento crítico, é essencial para mitigar e impedir a disseminação dessas notícias falsas. “Para muitos investigadores o principal fator facilitador da propagação da desinformação reside nas pessoas e na sua baixa literacia” (Dias, 2021, p. 17).

Em decorrência disso, percebe-se, cada vez mais, a importância do estímulo a uma visão e pensamento racionais e críticos, particularmente o que diz respeito ao mundo digital e *online*. Essa é uma habilidade essencial no preparo de cidadãos para o contexto dos meios de comunicação atuais, que são múltiplos e diversos. Então, a *internet* concentra diversos meios e formatos linguísticos em um único ambiente, e o próprio avanço tecnológico faz com que se incentivem os usuários para a aquisição de competências em todos os domínios da literacia midiática, seja para consumir, compreender ou mesmo para produzir conteúdo de qualidade.

### 3 METODOLOGIA

O curso contou com a participação de 27 alunos no período de julho a dezembro de 2021, porém, esta amostra qualitativa compreendeu 17 participantes, que, de forma voluntária, aceitaram contribuir com a pesquisa. Foram seguidas as diretrizes do Comitê de Ética da Universidade Paulista (UNIP), e todos os participantes assinaram o termo de aceite autorizando o uso das informações fornecidas para fins acadêmicos. As entrevistas foram realizadas no período de setembro a novembro de 2023, na tentativa de mensurar em que medida as práticas de literacia midiática representam ações eficazes para o acesso seguro e democrático da informação e permaneceram ao longo do tempo. Buscou-se, ainda, averiguar



se, de fato, houve um impacto positivo para os participantes e se iniciativas assim são capazes de auxiliar a sociedade nesse complexo e problemático cenário de disseminação de *fake news*, que se enfrenta mundialmente.

As entrevistas em si se mostram parte significativamente desafiadora deste trabalho, desde a elaboração das questões, de forma a tentar aferir as habilidades midiáticas adquiridas e mantidas ao longo do tempo, bem como a execução, uma vez que o público da terceira idade apresenta uma certa resistência em relação a essas ações. O contato era iniciado via *WhatsApp*, para explicar todos os passos da proposta. Quando havia concordância por parte do participante, era marcada uma data para realizar a entrevista por meio de videochamada pelo próprio aplicativo.

Parte das dificuldades encontradas nesse processo está ligada, diretamente, ao conceito de literacia, que, segundo Lopes (2014), por um lado remete ao conhecimento, e, por outro, diz respeito às competências motivadas por contextos singulares, caracterizando uma natureza dinâmica, processual e multidimensional, o que a torna difícil de ser aferida. Buscou-se embasamento para elaborar as questões aplicadas na entrevista nas significações das condutas a serem aferidas em literacia midiática segundo os apontamentos propostos por Livingstone (2003), Buckingham (2005), Petrella *et al.* (2014) e Lopes (2014). Os quatro trabalhos, mesmo com diferenças relacionadas à nomenclatura, confluem no que diz respeito à elaboração de quatro aspectos a serem considerados no contexto da avaliação de competências midiáticas, que são acesso, compreensão, avaliação e criação. Consideram-se dois fatores importantes durante a elaboração do questionário, uma vez que é sabido que o quesito acesso depende de diversos fatores já mencionados. Tendo em vista que o curso não teve como foco a criação de conteúdo, esses dois fatores foram deixados de fora desta averiguação e buscou-se abarcar no questionário as competências ligadas à compreensão e avaliação.

Cabe esclarecer que se entende por “compreensão” as qualidades vinculadas a habilidades cognitivas, como, por exemplo, a capacidade de reconhecimento do universo mediático, de interpretar e compreender a estrutura de uma mensagem, bem como seu conteúdo e contexto. Como apontado por Lopes (2014), essa interpretação de mensagens e conteúdos virtuais exige a utilização de estratégias cognitivas, que incluam comparação e contraste, distinção de fatos e opiniões bem como identificação de causa e efeito. Já o critério de avaliação está relacionado à capacidade crítica do indivíduo, sua percepção do funcionamento das redes, que passa por motivações comerciais e diversos interesses, que podem exercer significativa influência sobre as informações, que são veiculadas nas mídias digitais. Como sugerido por Buckingham (2005), a avaliação diz respeito à habilidade avaliativa das mensagens recebidas e à capacidade de tecer julgamentos relacionados à sua veracidade, importância e qualidade.

A escolha da técnica de entrevista qualitativa para a realização desta pesquisa está ancorada no que diz Ribeiro (2008), que aponta se tratar de uma técnica útil quando se busca obter informações referentes ao objeto de estudo, uma vez que a entrevista possibilita a obtenção de conhecimento referente às atitudes,

sentimentos e valores implícitos no comportamento dos indivíduos. Sugere, assim, a possibilidade de ir além do que é descrito e promovendo a capacidade de avaliação e interpretação dos resultados pelos entrevistadores. Considera-se que o método de entrevista está inserido no terreno da investigação qualitativa, tendo em vista o seu envolvimento com dados descritivos dos indivíduos e lugares, entre outros, através do contato direto do pesquisador com a situação estudada, buscando compreender os temas estudados pela visão dos participantes envolvidos no estudo.

Apoiou-se na técnica de entrevista semiestruturada, na qual se elaboram questões abertas, que possibilitam maior interação, autenticidade e espontaneidade nas respostas fornecidas pelos entrevistados, considerando-se sempre se tratar da perspectiva e percepção pessoal de cada participante, sob o prisma da experiência individual de cada um, sendo que o contato direto entre entrevistador e entrevistado facilita a obtenção de dados com maior profundidade e qualidade, o que ajuda, de forma significativa, o processo de compilação e avaliação dos dados aferidos.

#### **4 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS: UM OLHAR QUALITATIVO DOS RESULTADOS**

Para se chegar aos 17 participantes, houve um trabalho de sensibilização da importância da pesquisa junto aos potenciais entrevistados por meio de muitas conversas e esclarecimentos. Assim, obtivemos o êxito de alcançar um número representativo de participantes voluntários. A princípio, foram inquiridos sobre características básicas, como escolaridade, gênero, idade, estado civil e estado de residência. Passadas essas etapas, os participantes eram questionados, efetivamente, sobre a efetividade do curso, especificamente nas incursões pelo ambiente digital.

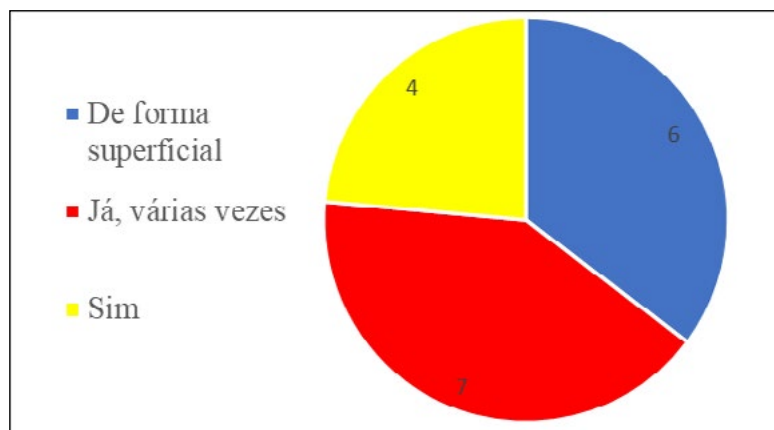
Para análise, baseou-se, fidedignamente, nas respostas e dados fornecidos pelos participantes. A seguir, os resultados das análises serão apresentados em gráficos para melhor visualização. Para esclarecer ainda mais os resultados, algumas respostas completas serão apresentadas na íntegra. A Figura 1 trata da primeira questão da entrevista (Você já tinha ouvido falar sobre *fake news* antes do curso de Literacia Midiática?). Quanto aos resultados, sete responderam que “já tinham ouvido várias vezes”, seis indivíduos responderam que “de forma superficial” e quatro participantes declararam que “sim”. Todos os alunos relataram que, de alguma maneira, tinham ouvido alguma coisa a respeito das *fake news*, demonstrando o quanto essa prática está disseminada no País, o que fica evidenciado em algumas respostas como:

**Participante 10:** “A gente ouve muito na televisão neh”.

**Participante 11:** “Muito. Tem isso em todo lugar”.

**Participante 12:** “Já sim, na época de votar, a gente ouve muito”.

Figura 1. Você já tinha ouvido falar sobre *fake news* antes do curso de Literacia Midiática?



Fonte: autoria própria.

Ao analisar a questão 2 (Caso positivo, o que você entendia do termo?), averiguou-se que uma pessoa não sabia do que se tratava, duas tinham uma vaga noção, cinco conheciam razoavelmente bem e nove afirmavam se tratar de uma mentira, notícia inventada ou algo errado, como demonstrado na Figura 2.

Algumas respostas ajudam a ilustrar ainda mais a análise:

**Participante 1:** “Entendia pouco, ouvi sobre isso na matéria de Ciências Sociais na faculdade, mas de forma bem superficial, só uma noção mesmo do que se trata”.

**Participante 12:** “Tem a ver com mentira, né, esses políticos são assim”.

**Participante 14:** “Entendia por que pesquisava sobre, inclusive estão cada vez mais elaboradas, eu sempre pesquisei sobre o assunto”.

Figura 2. Caso positivo, o que você entendia do termo?



Fonte: autoria própria.

Sobre a questão 3 (Como o curso te auxiliou na identificação de *fake news*?), as respostas foram amplas. A maioria delas sugere que o curso, em alguma medida, alcançou sua proposta, uma vez que apenas um aluno informou não lembrar e um relatou que aperfeiçoou os conhecimentos, que já tinha. Para dois participantes, o curso contribuiu por meio de exemplos, ensinamentos práticos, linguagem fácil e dúvidas, que foram tiradas. Outros três participantes disseram que, antes do curso, tinham muitas dúvidas, mas depois passaram a questionar e pesquisar as informações. Ademais, quatro indivíduos declararam que passaram a ter mais segurança e consciência. Já, para seis alunas, o curso ajudou a ficar mais atenta e perceber os indícios de *fake news*, como se pode constatar na Figura 3.

Foram selecionadas algumas respostas na tentativa de ilustrar o que foi aferido:

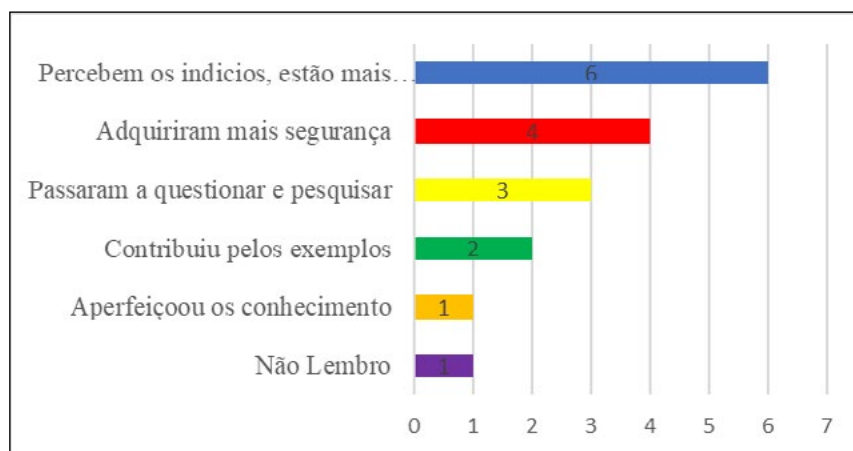
**Participante 3:** “Com as aulas, os exemplos mostrados, as explicações com linguagem fácil de entender e as dúvidas que pudemos tirar”.

**Participante 4:** “Antes do curso, quando as informações chegavam, eu ficava em dúvida, depois do curso, passei a questionar e buscar mais informações sempre que desconfio, para ter certeza da veracidade das coisas”.

**Participante 7:** “Ajudou bastante, descobri muita coisa que não sabia, que entendia errado, que não imaginava que fosse daquela forma, esclareceu muitas dúvidas e questões”.

As respostas concedidas pelos entrevistados, em certa medida, reforçam a importância da literacia para que os sujeitos obtenham habilidades adequadas para usar e utilizar os recursos informacionais de forma precisa, eficaz e crítica, para que a tomada de decisão ocorra de forma mais eficiente e eficaz.

Figura 3. Como o curso te auxiliou na identificação de *fake news*?

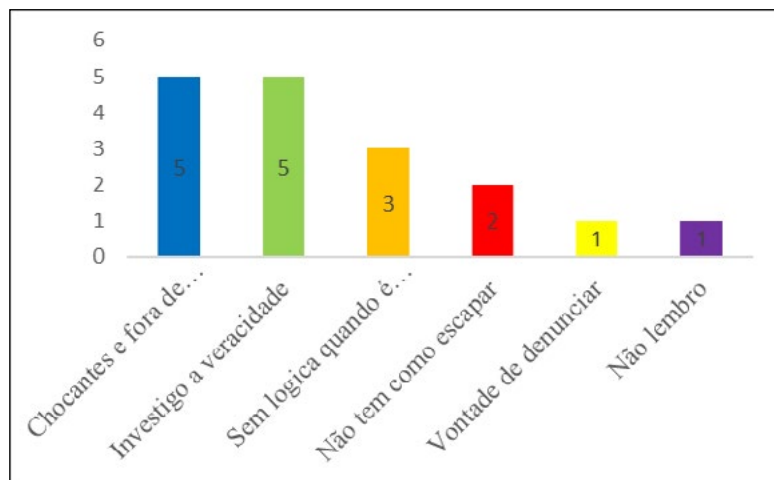


Fonte: autoria própria.

Ao tratar da análise da questão 4 (Você acredita que tenha recebido alguma *fake news* nos últimos meses? Caso positivo, como você conseguiu identificá-la?),

verificou-se que apenas um indivíduo respondeu não lembrar. Todos os demais afirmaram ter recebido *fake news* nos últimos tempos. Porém, nota-se que de maneiras distintas. Uma pessoa declarou ter vontade de denunciar e duas afirmaram não ter como escapar. Para três pessoas, a identificação veio através da falta de lógica, principalmente quando é golpe. Cinco alunas reconhecem como são grosseiras, absurdas, chocantes e fora de contexto e, para as outras cinco, depois do curso, tiveram mais clareza e ficaram mais atentas, investigando a veracidade, conforme a Figura 4.

Figura 4. Você acredita que tenha recebido alguma *fake news* nos últimos meses? Caso positivo, como você conseguiu identificá-la?



Fonte: autoria própria.

Os resultados aferidos nessa pergunta remetem ao conceito de cultura do grotesco formulada por Sodr e e Paiva (2002) ao se referir às *fake news*. Cabe aqui mencionar que os autores entendem “grotesco” como uma categoria est tica presente nos produtos midiáticos, em que há uma explora o, muitas vezes, acentuada e cruel da diversidade humana e de eventuais características que fogem ao padrão considerado “normal”. Isso ocorre, por exemplo, quando um programa de TV ou um portal sensacionalista torna como entretenimento casos de deficiência seja física, mental. Programas de auditório, de forma recorrente, tratam pessoas com deficiência como se fossem “estranhas”, o que reforça a ideia de estigma, como, por exemplo, ao fazer piadas com pessoas com nanismo ou as tornarem parte do elenco, alvo de constante ridiculariza o.

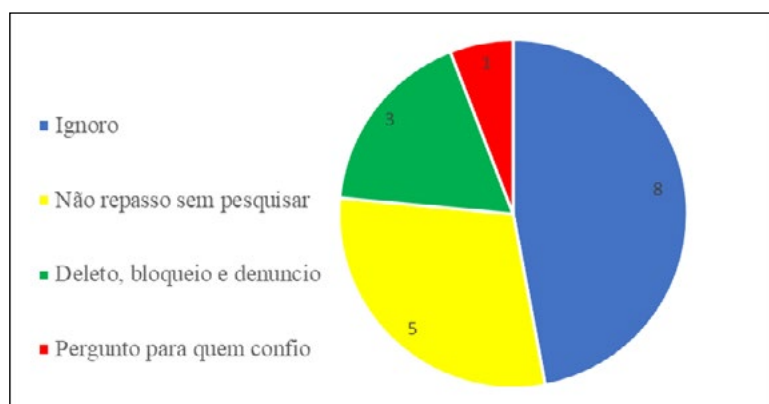
**Participante 6:** “Com certeza, eu recebi e sempre recebo, uso muito os *watts*, não vejo dificuldade em identificar, são grosseiras, absurdas, são enganam quem não tem conhecimento nenhum ou quem quer ser enganado”.

**Participante 17:** “Sim, percebi pelo absurdo da informa o, não dá pra imaginar que tem gente que ainda acredita nesse tipo de coisa”.

**Participante 9:** “Sim, acredito que tenha recebido algumas *fake news* nos últimos meses. Para identificá-las, aplico as técnicas que aprendi no curso, como verificar a fonte, procurar por outras fontes confiáveis e questionar a credibilidade das informações.”.

Com as respostas obtidas na questão 5 (Como você age ao receber uma *fake news*?), pode-se concluir que, mesmo tomando atitudes diferentes, 100% dos participantes entendem a importância do não compartilhamento de *fake news*, além é claro do reconhecimento delas. Uma participante relata que costuma perguntar para pessoas de sua confiança. Outros três participantes informam que, além de não compartilharem, também deletam, bloqueiam e denunciam quem enviou. Para cinco participantes, é importante pesquisar antes de repassar qualquer informação. Por fim, oito pessoas afirmam que, simplesmente, ignoram e não compartilham, o que fica demonstrado na Figura 5.

Figura 5. Como você age ao receber uma *fake news*?



Fonte: autoria própria.

Para exemplificar os resultados alcançados, serão apresentados os relatos de alguns entrevistados:

**Participante 5:** “Tenho vontade de denunciar e às vezes até faço. Sempre apago, muitas vezes, como eu conheço quem me mandou, peço pra não me mandar mais porque sei que é mentira, mas eu sempre apago, nunca compartilho”.

**Participante 15:** “Pesquisei de onde vem, confiro o *link*, não repasso, não coloco meus dados, ficou muito mais fácil depois do curso”.

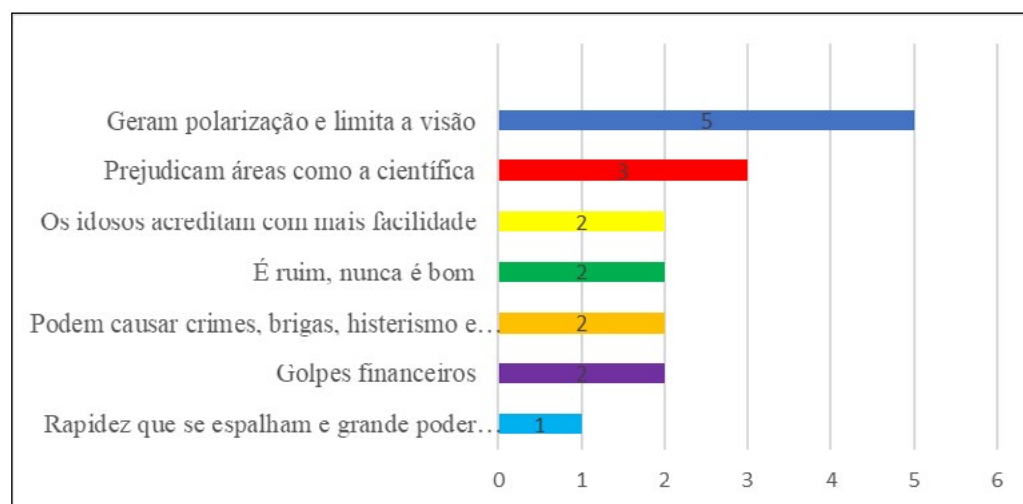
**Participante 16:** “Fico apavorada em perceber como as pessoas se deixam levar por mentiras, às vezes fico até em choque com os absurdos que eu recebo, nunca compartilho”.

Seguindo nesta análise, chegou-se à questão 6 (Quais seriam os problemas, que você considera que a propagação de *fake news* traz para a sociedade?), que, por se tratar de uma questão, que envolve, diretamente, a opinião pessoal de cada

entrevistado, trouxe uma gama extensa de aferições, com resultados e respostas, que comprovam o uso do senso crítico, tão incentivado durante o curso. Importante ressaltar, aqui, que nenhum participante elencou nada de positivo sobre essa questão. Quanto aos dados, um aluno considera como prejuízo à sociedade o fato de as *fake news* se espalharem com muita facilidade, alcançando e convencendo muitas pessoas. Dois indivíduos relatam que o pior é quando envolve golpe financeiro. Na visão de outros dois participantes, a propagação das *fake news* pode causar crimes, brigas e mortes, chocar as pessoas e causar um tipo de histerismo, que leva a ações impensadas. Duas alunas responderam que é ruim. Outras duas entrevistadas consideram o fator da idade ao responder que prejudica, principalmente, os idosos, que acreditam com mais facilidade, criando uma espécie de delírio.

As próximas respostas são bem amplas e abrangentes, sendo que todas elas dialogam entre si em alguma medida. Seguindo a análise, três pessoas declararam que as *fake news* prejudicam áreas, como científica, financeira, social e econômica, e a tomada de decisões, além de causar conflito e espalhar ódio e intolerância. As pessoas não buscam, assim, a verdade. Então, a classe menos privilegiada e com menor instrução é a que mais sofre. Os outros cinco participantes afirmam que geram medo, discórdia, polarização e limitam a visão. Os indivíduos não sabem em que acreditar, desconfiam das instituições e não acreditam em evidências, conforme ilustrado na Figura 6.

Figura 6. Quais seriam os problemas, que você considera que a propagação de *fake news* traz para a sociedade?



Fonte: autoria própria.

Alguns relatos dos entrevistados conseguem clarificar um pouco mais o resultado obtido:



**Participante 1:** “Problemas muito ruins, as pessoas vão aumentando quando passam pra frente, pode até causar um crime, uma briga, morte, estão usando a *internet* de forma muito errada, em vez de ajudar só prejudicam quem não entende bem a *internet*. As pessoas ficam chocadas, assustadas... Olha o que aconteceu em Brasília, foi um absurdo, as pessoas se deixaram levar por um tipo de histerismo, eu não passo essas coisas pra frente de jeito nenhum”.

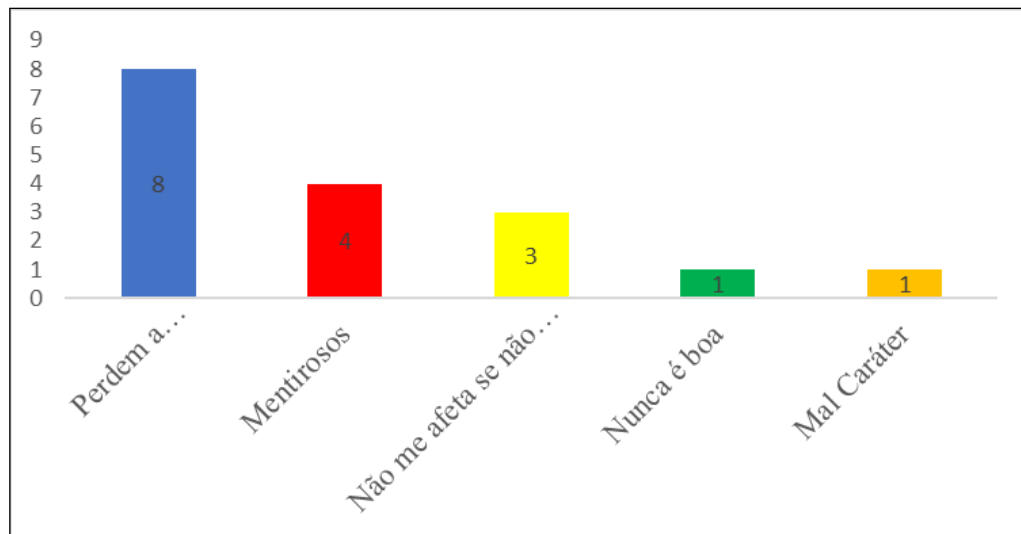
**Participante 7:** “Muitos, a pior delas é a falta de confiança que gera, a gente desacredita de tudo, é tanta notícia falsa que não sabemos em que acreditar, não sabemos o que acontece no mundo, sempre desconfio de tudo”.

Isso, em certa medida, remete ao debate sobre infodemia (OMS, 2020), ou seja, uma pandemia gerada pelo grande número de informações, dificultando muito a distinção do que é ou não verídico.

**Participante 9:** “A propagação de *fake news* causa muitos problemas para a sociedade. Ela pode alimentar o medo, polarizar comunidades, prejudicar a confiança nas instituições e influenciar decisões políticas e de saúde. Isso compromete a busca pela verdade e pode ter graves consequências”.

A questão seguinte, de nº 7 (Na sua opinião, como fica a imagem de quem compartilha *fake news*?), quando averiguada, também, não mostrou nenhuma resposta positiva, coadunando com os ensinamentos, que foram passados durante o curso. Dessa forma, aferiu-se que, para uma pessoa, nunca é boa. A resposta, quando agem de forma proposital – “pra mim, são mau-caráter” –, foi dada por um indivíduo. Três participantes afirmaram que se percebem que a pessoa não sabe o que está fazendo e não se afetam. Mas, quando se trata de quem faz propositalmente, perdem toda a confiança e credibilidade. A resposta “são mentirosos” foi mencionada por quatro participantes. Para os restantes, ou seja, oito indivíduos, a resposta dada foi “perde toda a credibilidade e deveriam ser responsabilizadas”. A Figura 7 exemplifica o que foi dito.

Figura 7. Na sua opinião, como fica a imagem de quem compartilha *fake news*?



Fonte: autoria própria.

Na tentativa de elucidar ainda mais a questão, serão apresentados alguns exemplos de respostas, que foram fornecidas:

**Participante 2:** “É muito triste, passa de mentirosa, perde toda a credibilidade”.

**Participante 5:** “São burras, idiotas, sem noção, sem nenhuma credibilidade e se sentem mais inteligentes do que os outros, donos da razão, se deixam levar pelo que escutam sem racionalizar antes, independente da camada social, se deixam levar pelo fanatismo. O dia 8 de janeiro foi exemplo disso, fanatismo puro, muitos religiosos, evangélicos principalmente, estão pagando o preço por terem acreditado cegamente, pra mim isso é causado por falta de estudo, pouco conhecimento, acreditam em tudo e pensam que os que estão falando sabem do que falam, sabem mais que eles, por isso acreditam de forma tão cega”.

**Participante 8:** “Não me afeta muito, a pessoa pode ser ingênua, ter sido enganada, por isso prefiro conversar no particular, alertar. Mas a gente sabe que tem quem faça com frequência, com a intenção de enganar, sabendo o que está fazendo, nesses casos, chego a ter pena”.

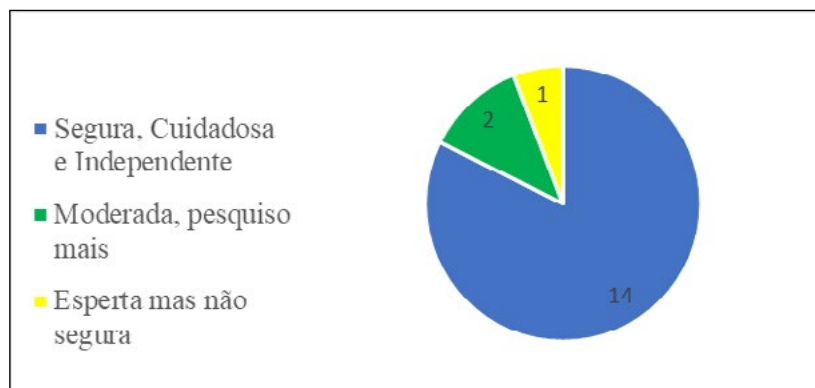
Ao se averiguar a questão de nº 8 (Em termos de segurança, após a realização do curso de Literacia, como você se sente ao navegar na *internet?*), todas as respostas foram positivas. Quanto aos resultados, uma participante declarou que se sente mais esperta, mas não totalmente segura. Já duas afirmaram se sentirem mais moderadas e pesquisam sempre que têm dúvida. Destaca-se o fato de que 14 pessoas disseram ter se sentido mais seguras, espertas, atentas, a golpes e *fake*, mais cuidadosas com seus dados, adquiriram conhecimento e ficaram mais confiantes e independentes, como mostra a Figura 8, o que se pode confirmar ao ter acesso a algumas respostas.

**Participante 3:** “Me sinto mais segura, gostaria de mais cursos como esses para me aprofundar ainda mais e me tornar mais independente nesses assuntos”.

**Participante 6:** “Mais seguro, agregou valor, adquiri mais conhecimento, fiquei mais atento, passei a ver com outros olhos”.

**Participante 13:** “Sim, é bom”.

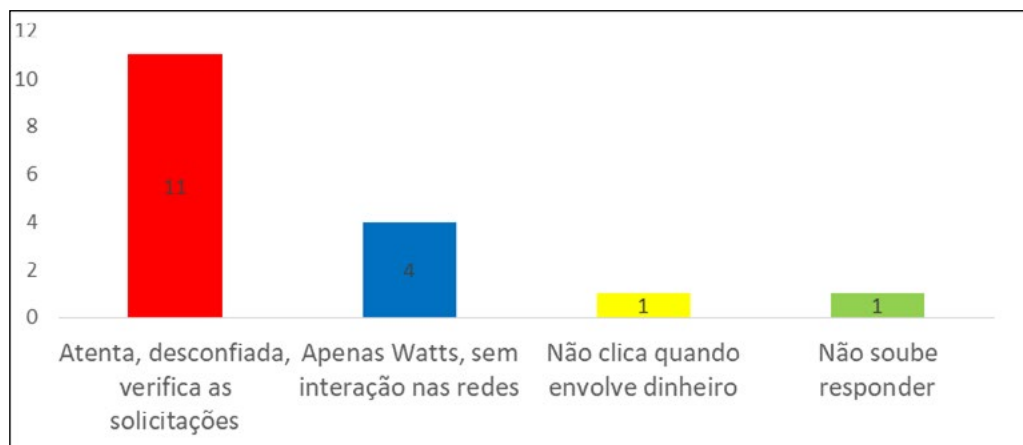
Figura 8. Em termos de segurança, após a realização do curso de Literacia, como você se sente ao navegar na *internet*?



Fonte: autoria própria.

Já encaminhando para o final das entrevistas, na pergunta 9 (Quais tipos de cuidado você adquiriu ao navegar ou receber solicitações pelas redes sociais?), averiguaram-se resultados condizentes com os temas tratados no curso mesmo por aqueles que não têm o hábito de utilizar as redes digitais com frequência. Apenas uma pessoa disse não sabia responder e um entrevistado apontou que não clica em nada que recebe, principalmente se envolver dinheiro. Quatro participantes declararam usar apenas o *WhatsApp*; quando nas redes sociais, não interagem, só observam. Já 11 alunos afirmam que, depois do curso, aumentaram os cuidados, que já tinham, ficaram mais desconfiados e mais atentos, verificam os perfis, não aceitam solicitações de quem não conhecem, bloqueiam e não colocam seus dados em páginas desconhecidas, como fica exemplificado na Figura 9.

Figura 9. Quais tipos de cuidado você adquiriu ao navegar ou receber solicitações pelas redes sociais?



Fonte: autoria própria.

Na intenção de esclarecer um pouco mais, serão apresentadas algumas respostas dadas pelos participantes da pesquisa:

**Participante 3:** “Eu investigo mais, não aceito solicitações de quem não conheço, fico muito mais atenta a tudo que recebo, deleto o que vejo que é *fake*”.

**Participante 7:** “Não aceito, sei que cruzam as nossas informações sobre as pessoas, entre todo mundo que usa as redes, buscando proximidades e afinidades, aí vem aqueles convites de gente que eu nem lembro mais, não aceito, só de gente próxima mesmo”.

**Participante 15:** “Verifico a foto, verifico o perfil, aquelas indicações de amigos em comum dificilmente eu aceito, se não conheço, não aceito. E também não saio clicando em qualquer *link* que recebo”.

Mesmo que o questionário inteiro tenha sido pensado e formulado de forma semiestruturada, para possibilitar maior liberdade nas respostas, considerou-se que, de todas as questões, a de nº 10 (Indique se e como o curso contribuiu para que você ingressasse com mais facilidade nas redes sociais) é a que traz essa característica de forma mais acentuada, o que resultou em respostas mais amplas e diversas. É importante mencionar que duas pessoas não souberam responder, sendo que uma afirmou que não utiliza as redes, mas apenas o *WhatsApp* e a *internet* para pesquisas, e que o curso a ajudou a ficar mais atento aos sinais de *fake*. Um entrevistado trouxe uma visão pertinente ao declarar que, em sua opinião, esse conteúdo deveria fazer parte da base curricular das escolas e iniciativas, como esta do curso, deveriam ser muito mais frequentes. Duas participantes responderam que se sentiram mais seguras, principalmente em relação aos golpes, e mais preparadas para interagir nos meios digitais, e que é ótimo para a cabeça dos mais velhos. Para cinco alunas, o curso contribuiu na medida em que trouxe mais conhecimento e segurança para

fazer as coisas sem ajuda, possibilitando que se sintam mais integradas na vida moderna, com um sentimento de independência e pertencimento na sociedade digital. Enquanto isso, seis indivíduos consideram que o conhecimento adquirido as deixou mais atentas e mais esclarecidas. Eles procuram canais seguros, aprenderam a navegar, pesquisar e denunciar sem medo de fazer coisa errada e se sentem mais capazes e independentes digitalmente.

## 5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao partir de análise mais pormenorizada dos resultados, o fato de os entrevistados apontarem que estão mais atentos e desconfiados em relação aos conteúdos, que recebem das redes sociais, indica a importância da literacia como instrumento de emancipação do indivíduo nas redes sociais. Salienta que, a partir da fala dos entrevistados, identificou-se que houve um amadurecimento no que tange a questões relacionadas à segurança e confiança, depois de participarem do curso. A constatação reforça um dos propósitos da literacia midiática, que, segundo Machado *et al.* (2016), deve funcionar como alternativa para viabilizar uma emancipação digital com segurança e autonomia para sujeitos da terceira idade.

É importante destacar que a literacia é uma área que sempre se preocupou com a credibilidade da informação. Hoje, diante do aumento das *fake news*, o tema adquire cada vez mais relevância. Nesse sentido, o fato de os entrevistados apontarem para a perda de credibilidade em relação a pessoas ou páginas, que veiculam *fake news* de forma consciente e intencional, demonstra que o curso propiciou a competência de julgar e classificar conteúdos recebidos digitalmente entre os participantes.

Correlações entre *fake news* e notícias absurdas e chocantes apareceram no discurso dos entrevistados, o que mostra concordância com o que defende a teoria do grotesco e a busca por audiência, seja de que forma for (Sodré e Paiva, 2002). As estratégias usadas em postagens sensacionalistas são as mais usadas nas *fake news*, tendo em vista a urgência da informação, com o uso de narrativas espetaculares e que remetem ao estado de alerta permanente. Tal perspectiva, coaduna com Moura (2018), ao indicar que a desinformação, geralmente, carrega objetivos políticos e ideológicos e tende a recorrer a apelos emocionais e atávicos para persuadir seu público. Nesse aspecto, acredita-se que foi acionada a competência crítica nos participantes, especificamente em conseguir correlacionar conteúdos falsos a narrativas sensacionalistas.

A prática de golpes, outro item muito abordado no curso, foi lembrada como fator importante pelos entrevistados, firmando o propósito do curso, que buscou alertar sobre os riscos dos ambientes digitais, abarcando não apenas os perigos na propagação de *fake news* como também os golpes virtuais. É nessa perspectiva que as autoras Freitas e Py (2016, p. 1495) advertem sobre a necessidade de instrução e práticas de literacia para o público idoso, que, por se configurar como imigrante digital, é mais vulnerável aos seus riscos do que os ditos nativos.

O curso serviu para alertá-los sobre a importância de não aceitar convites de desconhecidos pelas redes sociais, questionar, não acreditar em tudo o que recebem além de buscarem fontes confiáveis antes de compartilhar. Respostas, que se referiam a deletar e bloquear quem envia *fake news*, cuidado com os dados pessoais nas redes digitais, não interagir em páginas ou clicar em *links*, que não pareçam confiáveis, apareceram nas respostas dos entrevistados, o que reforça o caráter da literacia digital como ferramenta para inclusão do público da terceira idade. Bonilla e Pretto (2011) e Gil (2019) pensam a inclusão digital como um universo que não se restringe apenas ao acesso a computadores ou à *internet*, tendo em vista ser necessário garantir o uso adequado dos recursos digitais. “Mais importante que o acesso é garantir que os indivíduos possuam as competências necessárias e suficientes” (Gil, 2019, p. 90). Nesse sentido, os entrevistados relataram que se sentem mais preparados para interagir na *internet*, integrados na vida moderna e pertencentes à sociedade digital.

No que concerne às questões relativas a conflitos digitais, o Brasil enfrentou, nos últimos quatro anos (2018-2022), sob a gestão do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL), uma onda desinformativa, que, ainda, recorre à fabricação e disseminação de *fake news*, para reavivar o ódio contra adversários políticos. Nomeada pela imprensa de gabinete do ódio, a organização teria como prática a utilização estratégica e intensiva das redes sociais e de circuitos de desinformação alimentados por figuras próximas ao ex-presidente, especialmente seus filhos, com destaque para o vereador, pelo Rio de Janeiro, Carlos Bolsonaro.

Não obstante, Bolsonaro sempre foi o maior propagador de conteúdos falsos. Um estudo, realizado pela agência de checagem *Aos fatos*, constatou que, em 2019, primeiro ano do mandato presidencial, Bolsonaro propagou 606 declarações classificadas como falsas ou distorcidas – uma média de 1,6 por dia. No ano seguinte, o número subiu para 1.592, ou 4,36 para cada dia. No ano de 2021, 2.516 falas continham informações sem base na realidade; ou seja, 6,9 por dia<sup>7</sup>. Em 2022, uma pesquisa, realizada pela Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB) e pela UNESCO, constatou que Ações contra desinformação no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) quadruplicaram no ano eleitoral e Bolsonaro foi citado em 45% das decisões de Cortes Superiores<sup>8</sup>.

Apesar de o curso não contemplar questões políticas, mesmo usando exemplos de *fake news* produzidas durante a pandemia da Covid-19, o tema só era tratado caso algum participante abordasse o assunto. Dessa forma, questões ligadas a *fake news* disseminadas por políticos foram citadas pelos entrevistados. A Literacia deve ser compreendida tanto como um área do saber, mas também como

---

7 Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-disse-cerca-de-sete-informacoes-falsas-ou-distorcidas-por-dia-em-2021/>. Acesso em: 18 out. 2023.

8 Informação disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/06/acoes-contrafake-news-no-tse-triplicaram-em-2022-bolsonaro-e-citado-em-45percent-das-decisoes-de-cortes-superiores.ghtml>. Acesso em: 19 jul. 2023.

a construção de instrumentos que ajudem os sujeitos a elaborarem seus próprios pontos de vista sobre a realidade com criticidade, não compactuando de maneira ingênua como tudo que é apresentado (Moreira, 2021). Entende-se, a partir da capacidade dos entrevistados em associar conteúdos falsos para além do que foi abordado no curso, que a educação midiática representa oportunidades suficientes para o desenvolvimento de competências relevantes, especialmente em termos de alfabetização midiática e pensamento crítico.

Por fim, muitos entrevistados teceram elogios referentes à metodologia do curso, de linguagem fácil, com exemplos práticos, que servem para o dia a dia, de fácil entendimento, com espaço para interação e perguntas, que sempre eram respondidas de forma clara, facilitando o entendimento de todos.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se a literacia como uma área que fornece ferramentas importantes no combate a essas práticas, principalmente no que tange à identificação e ao compartilhamento de *fake news*, uma vez que o cidadão, com boas noções de educação midiática, consegue navegar pelas redes sociais de forma mais consciente, crítica e segura, independentemente de sua idade. Porém, considerou-se, também, que a discussão sobre o tema, seja nas esferas governamental ou acadêmica, ainda, se mostra tímida frente à desinformação, que circula nas plataformas digitais.

Foi nesse sentido que o artigo tentou esclarecer aspectos que ajudassem a mensurar em que medida a literacia midiática é de fato imprescindível para esse público, que ocupa espaços díspares em termos de acesso social, econômico e cultural. Ancorado no avanço cada vez mais rápido das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), a falta de acesso ou o acesso por vezes tardio desse nicho populacional foi planejado e colocado em prática com o projeto Literamídia 60+, com o foco na terceira idade, visando à participação ativa dessa população na sociedade digital.

No cenário pós-pandêmico, muitos idosos, que não utilizavam a internet, se viram, de certa forma, levado a fazer uso frequente das tecnologias digitais e se depararam com uma avalanche de informações. Isso dificultou a percepção destas pessoas do que é uma narrativa factível. Considerando tal contexto, entende-se que a literacia midiática mostrou ter um papel fundamental para auxiliar esse nicho populacional a se integrar de forma segura na vida digital.

Com base na experiência obtida durante as atividades do projeto de extensão universitária bem como por meio dos resultados da pesquisa, é possível aferir sobre a importância do letramento midiático, uma vez que os alunos que participaram do curso, em sua maioria, se sentiram mais preparados e informados para utilizar as mídias digitais com mais segurança e pertencimento. Isso foi notado durante o processo de entrevista com os participantes, que se declararam mais seguros, com maior noção de pertencimento e independência digital. As respostas dos entrevistados demonstram também que eles se sentem mais capacitados para



entender melhor as características e nuances que envolvem a *internet*, conseguindo identificar melhor quando se trata de *fake news*, e até mesmo golpes aplicados na *internet* depois da realização do curso Literamídia 60+.

Acredita-se que a discussão acerca do incentivo a iniciativas que promovam a literacia midiática é assunto de considerável importância para a sociedade, seja no âmbito governamental como no social, com o foco em promover mais ações semelhantes às aplicadas pelo Literamídia 60+, não se restringindo apenas para o público da terceira idade. A busca de uma sociedade mais democrática depende da diminuição do fluxo de circulação de *fake news*. Nesse sentido, a literacia midiática é considerada um dos caminhos possíveis para atingir tal objetivo. Assim, tornam-se fundamentais pesquisas, que vão além do sociotécnico, mas que analisem, profundamente, os impactos das redes nas sociedades contemporâneas.

Outra forma de minimizar a desinformação passa pela regulamentação das redes sociais. A medida se encontra em discussão em países, como os Estados Unidos da América, e na União Europeia, onde se entende a necessidade de impor regras mais rígidas às plataformas, buscando proteger a integridade da informação e combater a desinformação. Essas medidas podem incluir a exigência de transparência nas políticas de moderação de conteúdo, reduzidas por disseminação de desinformação deliberada e promoção da cooperação entre plataformas, governamentais e especialistas em combate à desinformação. A implementação de medidas regulatórias eficazes pode promover a moderação do conteúdo, garantindo a remoção de informações falsas e a promoção de conteúdo confiável. Outrossim, a educação voltada para as mídias digitais deve ser prioridade na luta pelo fortalecimento da democracia e das instituições, incluindo a ciência. Para além das ações governamentais de combate à desordem informativa, pesquisas que se apropriem de estratégias para o combate a desinformação parecem ser um possível caminho. Nessa perspectiva, torna-se imperativa a adoção de ações de literacia para públicos de todas as idades, objetivando um cenário mais igualitário e com menos desinformação, para que os indivíduos estejam mais preparados para essa sociedade digital, que cresce de forma rápida e vertiginosa.

Ainda, ao incorporar ao projeto a literacia como prática de combate à desinformação, a pesquisa buscou um diálogo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, com foco para o quarto objetivo, que indica a necessidade de “assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos” (ONU Brasil, *online*)<sup>9</sup>.

---

9 Disponível em: <https://medialiteracy.org.au/>. Acesso em: 9 nov. 2023.

## REFERÊNCIAS

AGUADED, I.; ROMERO-RODRIGUEZ, L. M. Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. **Education in the Knowledge Society**, v. 16, p. 44-57, 2015.

BADRINATHAN, S. Educative interventions to combat misinformation: Evidence from a field experiment in India. **American Political Science Review**, v. 115, n. 4, p. 1325-1341, 2021.

BARROSO, P. M. Critical thinking applied to media and digital literacies. **Revista Comunicação Pública**, v. 17, n. 33, p. 1-26, 2022.

BERROCOSO, J. V.; FERNANDEZ, A. G.; BOREGA, J. A. Desinformación y Multialfabetización: Una revisión sistemática de la literatura. **Revista Comunicar**, v.70. p. 97-110, 2022.

BONILLA, M. H. S.; PRETTO N. L. **Inclusão Digital**: polêmica contemporânea. Salvador: Ed. da Universidade Federal da Bahia, 2021.

BRITES, M. J.; AMARAL, I.; CATARINO, F. A era das “fake news”: o digital storytelling como promotor do pensamento crítico. **Journal of Digitam Media & Interaction**, Braga, v. 1, n.1, p. 85-98, 2018.

BUCKINGHAM, D. **The Media literacy of children and young people**: a review of the research literature. London: Report prepared of Ofcom, 2005.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. Fake News nas redes sociais online: Propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018.

DIAS, C. P. **Desinformação em contexto nacional e europeu**. Lisboa: ERC, 2021.

ESTABEL, L. B.; LUCE, B. F.; SANTINI, L. A. Idosos, *fake news* e letramento informacional. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 16, p. 1-15, 2020.

FERRARI, P. **Como sair das bolhas**. São Paulo: Edusc, 2018.

FERRÉS, J. La competencia en comunicación audiovisual. **Comunicar**, v. 15, n.2 9, p. 100-107, 2007.

FISCHER, R.; GRIZZLE, C. WILSON, R. TUAZON, C.K. CHEUNG, J. LAU, D. GORDON, K. AKYEMPONG, J. SINGH, P. CARR, K. STEWART, S. TAYIE, O. SURAJ, M. JAAKKOLA, G. THÉSÉE, C. GULSTON. **Media and information literate citizens: think critically, click wisely**. UNESCO: Paris, 2021.

FREITAS, E. V. de; PY, L. **Tratado de Geriatria e Gerontologia**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2016.

GIL, H. A Literacia Digital e as Competências Digitais para a Infoinclusão: por uma inclusão digital e social dos mais idosos. **Revista de Educação a Distância e Elearning**, v. 2, n. 1, p. 79-96, 2019.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2009.

LIVINGSTONE, S. The changing nature and uses of media literacy. **Medi@ Lse Electronic Working Paper**, London School of Economics and Political Science, n. 4, 2003.

LOPES, P. **Literacia Mediática e Cidadania**: Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa. 2014. Tese (Doutorado) – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2014.

MACHADO, L. R.; GRANDE, T. P. F.; BEHAR, P. A.; ROCHA LUNA, F. de M. Mapeamento de competências digitais: a inclusão social dos idosos. **ETD – Educação Temática Digital**, v. 18, n. 4, p. 903-921, 2016.

MOREIRA, M. A. Ensino de ciências: críticas e desafios. **Experiências em Ensino de Ciências**, v. 16, n. 2, p. 1-10, 2021.

MOURA, Z. B. **Da Mentira que se quer Verdade**: Fake News, uma velha chaga em novos tempos. 2018. 92 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Coimbra, Portugal, 2018.

PEREIRA, E.; PUGA, P.; AZEVEDO, F. **A Desinformação** – Contexto europeu e nacional. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2019.

PETRELLA, S.; PINTO, M.; PEREIRA, S. O idoso e a educação para os Media. Novos desafios entre envelhecimento e exclusão social. In: MARTINS, M. L.; VERÍSSIMO, J. (Ed.). **Atas do 8º Congresso da Sopcom**: Comunicação Global, Cultura e Tecnologia. Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social, 2014. p. 150-155.

PRIMO, A. O aspecto relacional das intervenções na Web 2.0. **E-Compós**, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007.

RIBEIRO, E. A. **A perspectiva da entrevista a investigação qualitativa**. São Paulo: Evidência, 2008.

SANTOS, R. F.; ALMÊDA, K. A. O envelhecimento humano e a inclusão digital: análise do uso das ferramentas tecnológicas pelos idosos. **Ci. Inf. Rev.**, v. 4, n. 2, p. 59-68, maio/ago. 2017.

SHU, K.; BHATTACHARJEE, A.; ALATAWI, F.; NAZER, T. H.; DING, K.; KARAMI, M.; LIU, H. Combating disinformation in a social media age. **Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery**, v. 10, n. 6 e1385, 2020.

SODRÉ, M.; PAIVA, R. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro, Mauad, 2002.

SOUZA, C. E.; SANTAELLA, L. Deepfakes na perspectiva da semiótica. **TECCOGS – Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, n. 23, p. 26-44, 2021.

WARDLE, C. F.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Report, 2017.

WEISS, A. P.; ALWAN, A.; GARCIA, E. P.; GARCIA, J. Surveying fake news: Assessing university faculty's fragmented definition of fake news and its impact on teaching critical thinking. **International Journal for Education Integrity**, v. 16, n. 1, p. 1-30, 2020.

WILSON, C.; GRIZZLE, A.; TAUZON, R.; AKYEMPONG, K.; CHEUNG, C. K. **Media and information literacy curriculum for teachers**. UNESCO: Scientific and Cultural Organization, 2011.

WOLTON, D. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

YIN, R. **Case Study Research**: design and methods. Thousand Oaks, CA: Sage, 2014.