

DESINFORMAÇÃO E LITERACIA MIDIÁTICA
DISINFORMATION AND MEDIA LITERACY
DESINFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

Orlando Lyra de Carvalho Júnior¹
Stela Silva Carvalho²
Bárbara Andrade de Sousa³

RESUMO: Literacia midiática é a área de pesquisa associada ao debate acadêmico e à intervenção social que incorpora elementos de alfabetização midiática, visando o estímulo ao pensamento crítico. Seu objetivo é oferecer reflexões e instrumentos para que cidadãos possam interpretar e produzir informações e conhecimento de forma crítica e ética. Esta pesquisa visa avaliar os níveis de literacia de um grupo de alunos e professores de Minas Gerais (MG). Um questionário online de múltipla escolha foi utilizado para coleta de dados. Correlações significativas foram encontradas entre literacia midiática e Fake News, “fonte confiável” e “informação confiável”. As mídias preferidas foram X-Twitter, Instagram e YouTube. Quanto à identificação de notícias falsas, temas científicos, como vacinação, mudança climática e efeito estufa tiveram maior destaque. As questões levantadas nesta pesquisa se relacionam à importância da literacia midiática, não apenas como antídoto ao vírus das Fake News, mas como forma de desenvolver o pensamento crítico em alunos e professores. Isto significa dizer que a educação crítica midiática transcende a mera habilitação em Tecnologias da Informação e Comunicação, envolvendo a identificação de conteúdo falso, a avaliação de notícias tendenciosas e a confiabilidade das informações veiculadas nas redes sociais.

Palavras-chave: Literacia Midiática. Desinformação. Pensamento Crítico.

ABSTRACT: Media literacy is the area of research associated with academic debate and social intervention that incorporates elements of media literacy, aiming to stimulate critical thinking. Its objective is to offer reflections and instruments so that citizens can interpret and produce information and knowledge in a critical and ethical way. This research aims to evaluate the literacy levels of a group of students and teachers from Minas Gerais (MG). An online multiple-choice questionnaire was used for data collection. Significant correlations were found between media literacy and Fake News, “reliable source” and “reliable information”. The preferred media were X-Twitter, Instagram and YouTube. Regarding the identification of fake news, scientific topics, such as vaccination, climate change and the greenhouse effect were most prominent. The questions raised in this research relate to the importance of media literacy, not only as an antidote to the Fake News virus, but as a way to develop critical thinking in students and teachers. This means that critical media education goes beyond mere training in Information and Communication Technologies, involving the identification of false content, the evaluation of biased news and the reliability of information disseminated on social networks.

Keywords: Media Literacy. Disinformation. Critical Thinking.

¹Mestrado e Doutorado em Ciências Sociais (2014) e estágio pós-doutoral em Comunicação Política na Universidade Federal de Juiz de Fora (2023-2026). Autor de “Media Visibility: Game-Changer or Alternative?” Editora Appris Ltda., Curitiba, 2019. <https://lattes.cnpq.br/1964587941635264>.

²Graduada em Psicologia pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), mestre e doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFJF, na linha intitulada Processos Psicossociais em Saúde.

³Graduada em Letras pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), com pós-graduação em Tradução e Gestão, Orientação e Supervisão Escolar (Universidade Estácio de Sá). Atua como professora de língua inglesa na rede privada e como tradutora na empresa *Creative Games Studio*.

RESUMEN: La alfabetización mediática es el área de investigación asociada al debate académico y la intervención social que incorpora elementos de la alfabetización mediática, con el objetivo de estimular el pensamiento crítico. Su objetivo es ofrecer reflexiones e instrumentos para que la ciudadanía pueda interpretar y producir información y conocimiento de forma crítica y ética. Esta investigación tiene como objetivo evaluar los niveles de alfabetización de un grupo de estudiantes y profesores de Minas Gerais (MG). Para recopilar datos se utilizó un cuestionario en línea de opción múltiple. Se encontraron correlaciones significativas entre la alfabetización mediática y las noticias falsas, "fuente confiable" e "información confiable". Los medios preferidos fueron X-Twitter, Instagram y YouTube. En cuanto a la identificación de noticias falsas, tuvieron mayor protagonismo temas científicos como la vacunación, el cambio climático y el efecto invernadero. Las preguntas planteadas en esta investigación están relacionadas con la importancia de la alfabetización mediática, no sólo como antídoto contra el virus de las Fake News, sino como una forma de desarrollar el pensamiento crítico en estudiantes y docentes. Esto significa que la educación crítica en medios trasciende las meras cualificaciones en Tecnologías de la Información y la Comunicación, implicando la identificación de contenidos falsos, la evaluación de noticias sesgadas y la confiabilidad de la información transmitida en las redes sociales.

Palabras clave: Alfabetización Mediática. Desinformación. Pensamiento crítico.

INTRODUÇÃO

A desinformação nas mídias sociais se tornou objeto tanto de preocupação democrática quanto de atenção científico-social, classificada por pesquisadores como o tópico de comunicação política definidor de nosso tempo. A questão ganhou destaque internacional após as eleições presidenciais de 2016 nos EUA, quando se descobriu que as redes sociais do país foram manipuladas por agências de desinformação estrangeiras. De fato, uma organização russa ligada ao Kremlin, conhecida como Internet Research Center (IRA), operou milhares de contas falsas no Facebook, Twitter, Instagram, Telegram e outras plataformas para favorecer o candidato republicano e desqualificar o democrata.

Também uma empresa anglo-americana, a Cambridge Analytica, usou dados pessoais de milhões de americanos, obtidos sem consentimento prévio, para atingir os eleitores em nome da campanha de Donald Trump. A mesma empresa já tinha sido acusada de colaborar com a agência russa IRA. Tais revelações coincidiram com a emergência de uma “infodemia de Fake News”, que, devido ao seu caráter “viral” e sempre mutante, tornou-se um onipresente nos debates políticos em todo o mundo.

Por outro lado, pesquisas do Instituto Gallup mostram que a credibilidade da mídia tradicional vem se deteriorando à medida em que aumenta a expansão das Fake News, aqui definidas como “a criação deliberada de desinformação pseudo jornalística”: 66% dos

americanos acham que a maioria dos meios de comunicação tradicionais falha em separar fatos de opiniões.

A desconfiança generalizada na mídia tradicional, incentivada pelas Fake News, não é simplesmente um motivo de preocupação apenas para jornalistas e empresários da comunicação: ela afeta diretamente a qualidade da democracia de um país. Além de distorcer e criar factoides, as Fake News operam no sentido de fortalecer a sensação de pertencimento a grupos políticos rivais e de minar a possibilidade de diálogo como forma de se discutir questões partidárias.

À medida que o jornalismo tradicional perde sua capacidade de fiscalizar governos e gerar transparência de suas ações, o bom exercício da *accountability* se esvanece do imaginário popular. Isso porque o jornalismo deveria, em tese, estabelecer um terreno comum de problemas e de informações factuais que permitisse o debate público entre as diversas correntes políticas e grupos de interesse. A desinformação em massa solapa ambas as funções e põe em xeque a democracia liberal, tanto em sua dimensão autorizativa quanto deliberativa (Vosoughi S. et al, 2018).

Dado o grande volume de desinformação circulando nas mídias sociais e a natural dificuldade de seu processamento por humanos, inúmeras propostas de regulação foram criadas na tentativa de alertar contra a falácia das Fake News. Em muitos países, as plataformas de mídia social implementaram o modelo de autorregulação de conteúdo, uma medida imposta pelo Código de Prática sobre Desinformação da Comissão Europeia em 2018 (European Commission, 2018).

Plataformas como Meta, Instagram e TikTok adotaram a abordagem do “desmascaramento” (*debunking*) para combater as Fake News, usando uma rede de verificação de fatos (*Fact-Check Networks*), a fim de identificar, sinalizar ou remover postagens espúrias ou potencialmente prejudiciais. Etiquetas falsas (*tags*) ou “sinalizadores de conteúdo” são tipos de intervenção de escolhas, nas quais as postagens falsas são marcadas como “contestadas por verificadores de fatos terceirizados”. Nas etiquetas falsas atualmente empregadas pelo Meta, o conteúdo das postagens é obscurecido por um intersticial que notifica os usuários quando se trata de “informação falsa”, além de duas opções adicionais: “veja por quê”, que contém dados sobre a verificação de fatos; ou “ver postagem”, que remove o marketing digital, permitindo assim a interação com a mesma.

Embora *tags* de advertência tenham sido implementadas pelas grandes plataformas, as

evidências empíricas sobre a eficácia de tais medidas ainda são escassas. Em um experimento online, foram examinados os efeitos dos sinalizadores de Fake News sobre a percepção positiva ou negativa dos usuários do Meta. Os resultados foram estatisticamente insignificantes tanto no grupo de tratamento quanto no de controle.

A necessidade de se avaliar a eficácia da literacia midiática representa um desafio para pesquisadores e educadores em todo mundo. Estudos confirmam que o maior ou menor nível de alfabetização nessa área pode ter um impacto considerável sobre as atitudes e percepções das pessoas em relação aos conteúdos midiáticos, sobretudo no que diz respeito à desinformação. A própria delimitação do campo de pesquisa apresenta abordagens divergentes e os procedimentos metodológicos de pesquisa carecem de clareza: Quando se trata de saber o que medir? Como medir? Com que instrumentos? (Buckingham D, 2003).

Abordagens quantitativas demonstraram que intervenções de literacia midiática e informacional apresentam resultados positivos como “inoculação cognitiva”, isto é, um incremento do pensamento crítico que pode “imunizar” as vítimas de Fake News. Já os pesquisadores que empregam métodos qualitativos, como estudos de caso e etnografias, descobriram que ambas literacias podem também estimular o aprendizado em áreas não relacionadas à mídia. Outros estudos, que mediram seus efeitos sobre jovens universitários, encontraram incrementos na participação cívica e na discussão sobre políticas públicas educacionais de interesse comunitário.

491

A avaliação dos níveis de literacia mediática e informacional aqui empregadas tem como base referenciais teórico-empíricos quantitativos-extensivos. Uma dessas referências, a abordagem praxeológica da desinformação, deita um olhar sobre o ambiente comunicativo no qual indivíduos são levados a compartilhar Fake News. O objetivo é avaliar as práticas e percepções de alunos e professores de diversas instituições de ensino no que respeita às correlações entre literacia e desinformação no contexto brasileiro.

LITERACIA MIDIÁTICA E INFORMACIONAL

A sedução que as Fake News exercem sobre milhões de pessoas encontra raízes em um fenômeno profundo da psiquê humana conhecido como “viés de confirmação”. Trata-se da inclinação que todos temos de acreditar naquilo que nos convém. Tal fenômeno torna a desinformação um problema complexo, uma vez que as pessoas mal informadas raramente estão dispostas a aceitar a evidência dos fatos. Para muitos, mudar as crenças pessoais põe em

risco a própria identidade, além de ameaçar o sentimento de pertença a um determinado grupo, pois implica romper laços sociais arraigados, sobretudo em um ambiente de polarização política. Assim, a aceitação ou recusa das Fake News não depende da “verdade” dos fatos, mas de como ela é percebida.

A pós-verdade foi definida como “circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença pessoal” (Oxford, 2016). Dado os crescentes escândalos de corrupção no país, verificou-se um aumento na descrença dos brasileiros na política, o que tem gerado um estado de inércia e exaustão pela procura da informação correta. Em consequência, percebe-se uma espécie de resignação coletiva diante da realidade, suas nuances e contradições: as experiências pessoais e narrativas fragmentárias substituem a compreensão racional dos fatos.

No campo científico, Vernon J. (2017) associa a marginalização e perda de autonomia dos cientistas à entrada na era da “pós-verdade”: a interpretação de fatos e informações de acordo com os vieses e as crenças de cada indivíduo. Ele cita conteúdos de Fake News que tratam as mudanças climáticas como uma farsa, culpam as lâmpadas fluorescentes pelo aumento da incidência de câncer e associam as vacinas contra o Covid19 a casos de autismo. Segundo o autor, a era da pós-verdade atinge principalmente as instituições e os cientistas que dependem de observações objetivas para garantir a confiabilidade de seus achados.

492

Compreender como o ataque à ciência é propagado nas redes sociais e como os discursos negacionistas influenciam as concepções sobre a ciência e a construção do conhecimento científico é essencial para se pensar em estratégias específicas de letramento científico e, assim, trazermos argumentos e reflexões sobre tais aspectos no contexto da pós-verdade frente ao combate à proliferação massiva de desinformação nas redes.

Tal conjuntura suscitou um interesse considerável entre pesquisadores da comunicação não só em torno do problema da desinformação, mas também na busca por uma possível solução: como desenvolver nos usuários de mídia social o senso crítico que lhes permita distinguir o que é fato do que é falso, sobretudo em um contexto de perda de credibilidade dos meios de comunicação tradicionais? Isso é especialmente verdadeiro para a mídia noticiosa. O que a diferencia da mídia em geral é seu papel de informar cidadãos livres e conscientes sobre políticas públicas que afetam diretamente os interesses da nação. Um papel relevante, mas que enfrenta desafios crescentes em meio ao caos informacional gerado pelas Fake News.

Desinformação aqui não se confunde com narrativa: a primeira consiste em um ataque

coordenado contra um adversário utilizando informações falsas como instrumento de arma digital; a segunda se refere à forma de apresentar e interpretar uma situação ou fato sob uma ótica ou ainda um conjunto de valores. Enquanto as narrativas são normalmente elaboradas por profissionais da imprensa, a desinformação resulta da interação entre o tipo de mídia utilizada e a audiência visada. Isto significa dizer que a falsidade (*Fakeness*) de uma narrativa depende do grau de percepção (competência analítica) que permite distinguir o falso do real.

O pressuposto da questão é que consumidores de mídia social poderiam estar melhor habilitados para acessar, avaliar, analisar e criar produtos online se tivessem uma compreensão mais completa das condições em que os conteúdos das notícias, dos vídeos, imagens e postagens são produzidos e compartilhados. Esta área de pesquisa é conhecida como literacia midiática ou informacional ⁴, cujo pressuposto teórico é a existência de *gaps* psicológicos entre a representação e a realidade das mensagens veiculadas nos vários tipos de mídia. A promessa da literacia midiática consiste basicamente na possibilidade de transformação de consumidores passivos em ativos, de meros receptores, em cidadãos comprometidos com os valores éticos e democráticos.

Pesquisas empíricas têm confirmado que a literacia midiática pode ter um impacto relevante nas atitudes e percepções em relação à produção de conteúdos midiáticos, sobretudo entre jovens. Isto porque as gerações *digital born* costumam pautar suas atitudes em relação à biosfera midiática através de oportunidades de criar seus próprios conteúdos digitais, utilizando para isso as inúmeras plataformas disponíveis, como Instagram, TikTok, Meta, entre outros. Isso ocorre, em parte, devido à literacia midiática, aqui entendida como uma *coprodução interativa* entre tecnologia e usuário (Potter J, 2024).

Aqui, a tecnologia não é encarada como um fim em si mesmo (determinismo tecnológico), mas como um meio pelo qual as pessoas se expressam e compartilham informações sobre seu universo privado e social. O protagonista é o ser humano, o ponto de ignição do processo tecnológico que se reinventa constantemente no ambiente hiper conectado (Latour B, 2012).

⁴O vocábulo deriva do inglês, *literacy*, que significa alfabetização, letramento ou escrita. Neste estudo, o termo “literacia” é usado para designar tanto a formação de habilidades pelo sujeito exposto à hiper conectividade das redes sociais, quanto a literacia informacional e digital, dado que tais conceitos adotam uma abordagem crítica das mensagens midiáticas.

MÉTODO

Como instrumento de investigação, foi realizado um teste piloto para avaliar a compreensão dos participantes em relação aos itens de um questionário online de múltipla escolha e auto administrado, “Fato ou Fake: teste sua capacidade de identificar Fake News”, contendo 19 questões fechadas, uma imagem e um vídeo. As questões de 1 a 6 coletam dados demográficos de interesse para a pesquisa: grau de escolaridade, idade, sexo, raça e denominação religiosa. A questão 7 indaga sobre o tipo de mídia que o respondente mais utiliza para se manter informado, dentre as seguintes opções: Whatsapp, Instagram, Tik Tok, TV/Rádio/Jornais/Revistas, Telegram, Twitter (X), Facebook/Meta, Outro. A questão 8 utiliza uma escala Likert de quatro categorias (“muito importante”, “importante”, “pouco importante” e “sem importância”) para avaliar o grau de importância que os respondentes atribuem às Fake News.

Cinco questões (13^a a 17^a) avaliam o grau de concordância/discordância em uma escala Likert de quatro valores -- “concordo totalmente”, “concordo parcialmente”, “não concordo”, “discordo totalmente” -- com relação às seguintes afirmativas: 13) “Não se pode censurar as Fake News sem ferir a liberdade de expressão!” 14) “Fake News, na área de saúde pública, pode matar!” 15) “Não há direito à liberdade de expressão sem direito à informação confiável”. 16) “Na era da pós-verdade, não há como identificar o que é Fato do que é Fake!” 17) “As pessoas tendem a acreditar naquilo que confirma suas crenças”.

A questão 18^a pede para o respondente avaliar (Fato ou Fake?) uma imagem manipulada (Deep Fake) representando uma suposta prisão, por evasão fiscal, do ex-presidente Donald Trump, pela polícia de Nova York, no ano de 2022. A questão 19^a solicita ao respondente assistir a um vídeo de 2 minutos oferecendo instruções sobre como identificar Fake News na área de saúde, elaborado pela Fiocruz. Quatro opções de resposta avaliam a questão: “muito instrutivo”; “instrutivo”, “pouco instrutivo”, “não instrutivo”.⁵

Todos os participantes consentiram livremente em participar da pesquisa, que foi realizada entre 225 alunos e professores de duas Universidades do Estado de Minas Gerais: a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e a Universidade do Vale do Rio Verde (UVRV) e nas seguintes escolas de Ensino Médio do Município de Três Corações, MG: Colégio de Aplicação Unincor, Escola Estadual Américo Dias Pereira, Escola Estadual Bueno Brandão, Escola Estadual Godofredo Rangel e Stefânia Margotti.

A escolha de pesquisar instituições de ensino públicas e privadas levou em consideração

fatores que podem influenciar os níveis de literacia midiática e digital de alunos e professores: condição socioeconômica dos alunos; formação e experiência de professores; pós-graduação de docentes e recursos financeiro da Instituição de Ensino.

O processo de validação e confiabilidade do questionário seguiu as recomendações da literatura: o primeiro passo foi aplicar um pré-teste a 10 estudantes do ensino médio, 10 de graduação e 10 de pós-graduação. Os

o software IBM SPSS, versão 22.0, foi utilizado como ferramenta de análise estatística e o programa Excel Microsoft Office, 2023, para elaboração dos gráficos e tabelas.

Resultados indicaram uma compreensão suficiente dos itens e das escalas do questionário. Pequenos ajustes de redação foram posteriormente realizados para aumentar a clareza das questões. A confiabilidade do questionário foi avaliada por meio de análise de consistência interna utilizando o coeficiente Alfa de Cronbach's (0,786, Sig. >0.005).

Tendo em conta a disponibilidade de alunos e professores para fazer parte da pesquisa, foi adotada uma amostragem por conveniência, não aleatória, usada para criar amostras de acordo com a facilidade de acesso à população de interesse. Em sala de aula, os professores instruíram os alunos sobre os objetivos e os procedimentos da pesquisa, com ênfase na importância da literacia midiática e informacional como instrumento crítico de combate às Fake News. O primeiro teste foi aplicado entre 24 de abril e 5 de maio de 2023; o segundo, entre 19 de junho e 6 de julho e o terceiro entre 21 e 22 de agosto do mesmo ano, totalizando 225 respostas. Em alguns casos, os docentes ofereceram adesivos com memes do Curso de Psicologia como incentivo à participação da pesquisa. O link de acesso ao questionário pode ser encontrado no Google Formulários⁶.

O perfil demográfico da população alvo (N=225) mostra uma preponderância da participação feminina (65,7%; M=1,68; DP=0,49) sobre a masculina (34,3%), de brancos (61,3%; M=1,63; DP=0,86) sobre negros (15,6%) e pardos (22,7%), e de católicos (60,4%; M=1,61; DP=0,90) sobre outras denominações (evangélicos, 27%; espírita 7%; ateu, 4%). Com relação à faixa etária, 48% (M=30,64; DP=12,84) são jovens-adultos (18 a 30 anos).

O problema da identificação das Fake News disfarçadas de conteúdo noticioso representa um desafio para pesquisadores de todo o mundo. Uma pesquisa do Pew Research Center mostrou que apenas 26% dos americanos conseguiram identificar com precisão notícias falsas. No Brasil a situação não é diferente. Pesquisas mostram que jovens entre 20 e 27 anos demonstram insegurança e dificuldade em identificar o que é verdadeiro e em quem confiar

quando se trata de notícias compartilhadas online ou por aplicativos (Pew Research Center, 2020).

Para testar o grau de dificuldade que os respondentes encontram na identificação de conteúdo falso, utilizamos como, variável proxy, a questão Q8 (“Como você faz para identificar se uma notícia ou postagem é Fato ou Fake?”), a qual oferece as seguintes alternativas: (i) “Se a fonte de informação é confiável; (ii) se é compartilhada por robô; (iii) se é discurso de ódio, (iv) proselitismo político, ideológico ou religioso; (v) se é absurda ou contrária a ciência”.

Interessa investigar também em que medida o nível de literacia midiática afeta a capacidade dos respondentes de distinguir o real do fictício. Entretanto, é preciso salientar que o “grau de literacia”, por si só, nem sempre garante a correta identificação de conteúdo falso. Isso porque outras variáveis intervenientes, como vieses político-ideológicos, podem levar pessoas altamente escolarizadas e emprestarem credibilidade àquelas notícias que mais confirmam suas próprias crenças. Quando se trata de desinformação, nem sempre a falta de

https://docs.google.com/forms/d/1mni6JFotWzLqmQdmdvcZ71_hGicqMIJVLhfL28MWEgg/edit.

conhecimento ou escolaridade é o fator mais relevante. Convicções e valores compartilhados desempenham papel central nos atos de acreditar, checar e compartilhar.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base em tais pressupostos, foram formuladas três hipóteses: H₁: O grau de escolaridade, como variável proxy de literacia midiática, se correlaciona positivamente com os critérios de identificação de informações pseudocientíficas.

H₂: Os critérios de identificação de conteúdo falsos estão diretamente associados à percepção da importância das Fake News e ao gênero de mídia preferido.

H₃: Fake News relacionadas à ciência e saúde pública têm preponderância sobre outros temas e variam de acordo com o grau de literacia midiática.

A variável “literacia midiática” foi operacionalizada através da variável “escolaridade”, uma vez que a maior parte dos alunos e professores do ensino médio, graduação e pós-graduação no Brasil estão familiarizados com diferentes competências digitais. Trata-se, portanto, de um aprendizado aberto, híbrido, disruptivo, multimodal, pervasivo e ubíquo voltado para o atendimento personalizado das demandas formativas dos estudantes e professores, consoante com a sociedade atual. De fato, o enorme e generalizado acesso à

tecnologia digital e à internet tem proporcionado contato com a mídia escrita e audiovisual, bem como ampliado as opções de fontes de informação. Em consequência, profundas mudanças ocorreram nas práticas institucionais, como, *e-commerce*, *e-learning*, *e-governança* e diversas possibilidades de interagir, conversar, se divertir e estudar online.

Dados sociodemográficos indicam que o nível de escolaridade dos respondentes é de 89,3% (N=225) de graduados e pós-graduados, contra apenas 10,7% do ensino médio, o que sugere um alto padrão de literacia midiática. Foi encontrada uma correlação positiva entre grau de literacia e a variável “confiabilidade da fonte de informação”, confirmando parcialmente a hipótese H₁. Ao serem indagados sobre como diferenciar fato de fake, 74,2% (M=1,26; D.P.=0,44) dos respondentes indicaram a opção “fonte confiável” como critério de identificação. Discurso de ódio (19,6%; M=1,8; DP=0,4) e postagem consideradas absurdas (18,7%; M=1,81; DP=0,39) seguem como opções mais representativas. Isso sugere que a confiabilidade da fonte de informação foi o critério preponderante utilizado pelos respondentes para distinguir fato de fake.

A noção de “fonte confiável”, entretanto, pode gerar ambiguidades em sua interpretação, visto que, um negacionista das vacinas, por exemplo, pode considerar que uma fonte espúria seja “confiável”. Para dissipar tal ambiguidade, uma variável proxy, “confiabilidade da informação”, foi criada compreendendo todas as opções de resposta da questão Q₁₀ a saber: “utilização de robô, piada e sátira, discurso de ódio, proselitismo ideológico e religioso”, bem como “absurdo contrário à ciência”. Tais alternativas apontam para uma percepção crítica e apurada do que seja “fonte de informação confiável”: aquela que não incide sobre as mencionadas opções. O teste de Pearson (*t*) indicou uma correlação significativa entre as variáveis “literacia” ($t = 52,93$; $df = 224$; $CI = 95\%$) e “confiabilidade da informação” ($t = 172,35$; $df = 224$; $CI = 95\%$)

Com relação à hipótese 2 (“Os critérios de identificação de conteúdo falsos estão diretamente associados à percepção da importância das Fake News e ao gênero de mídia preferido”), uma variável *dummy* (1 e 0) foi criada, a partir da questão Q8 (“Qual sua opinião sobre as Fake News?”), a fim de operacionalizar o “índice de percepção de fake news” (I_{pf_n}). O teste de correlação *t* de Pearson mostrou uma forte correlação ($p = 0,00$) de 0,776 entre o nível de literacia e a percepção dos respondentes quanto à importância do tema Fake News.

É preciso notar, entretanto, que a preferência atribuída às mídias em tela seguiu alguns critérios assinalados no texto da pergunta, não sendo excludentes entre si. De acordo com a

Tabela 1, aqueles que indicaram X-Twitter ($P=.781$), dizem utilizar a plataforma para “acompanhar/participar do debate político/econômico nacional/internacional” (Q_{I2}), o que sugere um alto grau de literacia. Já a escolha pelo Instagram ($P=.546$) se encaixa no “uso para compartilhar fotos, imagens e vídeos de momentos importantes de minha vida” (Q_{II}). YouTube ($P=.546$), Face Book ($P=.364$), Whatsapp ($P=.283$) e TikTok ($P=.198$) apresentaram médios e baixos índices de correlação com a variável “literacia”.

Tabela 1: Mídia preferida e Literacia

Person Literacy Inst X YT TikTok WA FB

P 1 560* 781* 546* 198* 283* 364*

Sig. 0.04 0 0.01 0.01 0 0.05

N 155 155 154 155 155 155 155

* $p<0.05$

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Em pesquisa exploratória visando mensurar os níveis de extremismo ideológico, confiança social e confiança na mídia noticiosa, Hopp T, et al. (2020) encontraram evidências de que o compartilhamento de Fake News no Facebook está positivamente associado ao extremo ideológico e negativamente associado à confiança na grande mídia noticiosa. No Twitter (X), os dados indicaram que conteúdos contra a mídia noticiosa estão negativamente associados à confiança social.

Com relação à hipótese 3 (H_3 : “Fake News relacionadas à ciência e saúde pública têm preponderância sobre outros temas e variam de acordo com o grau de literacia midiática”), os achados indicam que o sentimento de estar recebendo possíveis notícias falsas sobre a pandemia do Covid19 é maior entre os respondentes que possuem um nível de literacia mais elevado (graduação e pós

graduação). Tal resultado pode estar relacionado ao fato de que os acadêmicos normalmente operam com base em pesquisa científica baseada em evidências.

A Tabela 2 mostra as relações entre o nível de literacia ($t=23,01$; $p<0.00$) e percepção de Fake News sobre temas científicos de profundo impacto social, como negacionismo em relação à pandemia do Covid19 ($t=20,77$, $p<0.00$), vacinação de crianças ($t=45,24$; $p<0.00$), mudança climática ($t=70,48$; $p<0.00$) e efeito estufa ($t=77,26$; $p<0.00$). Entre os respondentes que completaram o ensino superior, 41,5% afirmam ter recebido notícias falsas sobre ciência e tecnologia, enquanto apenas 16,2% dos estudantes do Ensino Médio confirmaram o recebimento de tais conteúdos.

Tabela 2: Informação científica e nível de literacia

t-test 95% C.I.

Variáveis t df sig. M L U

Literacy 23,01 154,00 0,00 1,83 1,67 1,98 **Covid 19** 20,77 224,00 0,00 1,93 1,75 2,11 **Mud. Clim.** 70,48 224,00 0,00 1,82 1,77 1,87
Eft. Estufa 77,26 224,00 0,00 1,85 1,80 1,90 **Vac. crianças** 45,24 224,00 0,00 1,51 1,45 1,58 **Casos** 47,38 224,00 0,00 1,70 1,63 1,77

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Vasta literatura aponta para o papel central das Fake News na propagação viral do negacionismo científico (Lazer D, et al. 2018). No contexto brasileiro, esta pesquisa detectou três áreas que foram utilizadas como arma de propaganda político-ideológica: negacionismo climático, eleitoral e sanitário (Chaves M e Braga A, 2019). A Tabela 3 mostra três variáveis latentes ou fatores principais encontrados na Análise Fatorial (AF) exploratória (rotação ortogonal Varimax e normalização de Kaiser, Eigenvalues =1.0): Fator 1: Negacionismo climático (F= .715/ .802); Fator 2: Negacionismo eleitoral (F=.845); Fator 3: Negacionismo sanitário (F= .859/.797).

Tabela 3: Negacionismo científico (N=225)

R-Matrix (AF)

Fator 1 Fator 2 Fator 3

Q.15^a: Urnas -0,177 0,845 0,149

Q.16: Black Friday -0,094 0,656 -0,202

Q.17: COVID19 -0,124 -0,017 0,859

Q.18: Clima 0,715 -0,082 -0,006

Q.19: Efeito Estufa 0,802 -0,025 -0,035

Q.20: Vac. crianças -0,119 0,013 0,797

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

As discussões sobre mudanças climáticas costumam ocupar as manchetes de jornais e revistas de todo o mundo. Em particular, as redes sociais são palco de intensa guerra de desinformação, que por vezes monopoliza o debate político na discussão entre o que é fato ou fake. Isto porque a dimensão e a gravidade do fenômeno fornecem razões psicológicas que induzem segmentos consideráveis da opinião pública, notadamente grupos de interesse, a negar a urgência do problema. De fato, mudança climática e efeito estufa, embora fatos científicos comprovados, são más notícias. E muitas pessoas se sentem ameaçadas ou incomodadas com perspectivas catastróficas de “fim do mundo”. Assim, cresce o apelo para desacreditar os cientistas climáticos através de campanhas de desinformação, acusando-os de trabalharem a serviço da indústria das mudanças climáticas.

iiSegundo o relatório “Desinformação on-line e contestação das eleições”, publicado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV-DAPP, 2022), entre novembro de 2020 e janeiro de 2022, foram identificadas 394.370 postagens sobre fraude nas urnas eletrônicas e voto impresso auditável, publicadas por 27.840 contas do Facebook, entre páginas, perfis pessoais e grupos públicos.

Tais publicações atraíram mais de iii milhões de interações por ocasião da corrida presidencial dos Estados Unidos e das eleições municipais no Brasil (novembro de 2020). A média entre 2020 e 2021 foi de 888 postagens por dia, sendo o recorde de publicações no dia 10 de agosto de 2021, com 10.619 mensagens publicadas no Facebook. Esses números confirmam que o negacionismo eleitoral é um fenômeno típico das redes sociais. (Ruediger MA, 2022).

Em janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que o surto de um novo tipo de coronavírus (SARS-CoV-2) era uma emergência sanitária de relevância internacional. Dois meses depois, a mesma Organização elevou o risco sanitário para o nível de pandemia global. O pânico social frente à doença, ainda pouco conhecida, se espalhou rapidamente, gerando um clima de incerteza e insegurança (Soares P. et al, 2021).

Nesse contexto, campanhas sistemáticas de desinformação foram veiculadas nas redes sociais, a tal ponto que o Ministério da Saúde do Brasil se viu obrigado a criar um canal específico de informações sobre a pandemia denominado “Saúde sem Fake News”. O pânico de contrair o vírus fez com que milhões de brasileiros compartilhassem notícias falsas sobre a doença e seus patógenos sem qualquer reflexão crítica. O fato de que a maioria das postagens procediam de parentes e amigos, fontes tidas por muitos como “confiáveis”, foi suficiente para desencadear uma cascata de conteúdos falsos nas redes sociais, o que pode ter custado milhares de vidas (Fundação Oswaldo, 2020).

Ainda de acordo com a Organização Mundial de Saúde (2023), entre os dez maiores desafios para a saúde global, encontra-se a “desinfundemia” que provoca a “vaccine hesitancy”, isto é, a relutância ou a recusa em tomar vacinas, apesar da disponibilidade das mesmas. Tal hesitação gerou um desnorreamento na população, que muitas vezes não sabe em quais fontes de informação confiar. Por outro lado, o próprio jornalismo noticioso, que reproduzia as campanhas de vacinação no Brasil, passou a ser alvo do negacionismo sanitário, cujo objetivo sempre foi minar a confiança da população nas instituições de saúde do país (Matos RC, 2020).

Como vimos, a confiabilidade da fonte de informação constitui um critério geral de identificação de notícias falsas não só no âmbito da saúde, mas também em outras áreas do

conhecimento científico. A Tabela 4 mostra três variáveis latentes ou fatores principais encontrados na Análise Fatorial (AF) exploratória (rotação ortogonal Varimax e normalização de Kaiser, Eigenvalues =1.0): Fator 1: Confiabilidade da fonte de informação; Fator 2: Viés de confirmação; Fator 3: Pós-verdade.¹²

Tabela 4: Confiabilidade, pós-verdade e viés

Análise Fatorial (AF)

Fator 1 Fator 2 Fator 3

Q.23: Lib. Exp. -0,302 - 0,793 -0,013

Q.24: Fake N. mata 0,799 0,01 0,132

Q.25: F. Conf. 0,828 -0,143 -0,149

Q.26: Pós-Ver. -0,008 -0,043 0,975

Q.27: Viés de conf. -0,203 0,809 -0,053

Extração: Comp. Princ.

Rotação: Varimax & Kaiser.

Fonte: Dados da pesquisa

Um outro aspecto da questão da credibilidade da fonte de informação está associado à garantia constitucional da liberdade de expressão. A fim de testar tal correlação, as seguintes afirmativas foram propostas: Q.23: “Não se pode censurar as Fake News sem ferir a liberdade de expressão” (F= -.793); Q.24: “Fake News na área de saúde pública mata” (F=.799); “Não há direito à liberdade de expressão sem direito à informação confiável” (F=.828). Tais achados sugerem uma correlação negativa entre a concepção absoluta e autônoma da liberdade de expressão e outra que a subordina ao direito à informação confiável. Direito que, uma vez violado, pode chegar a provocar morte, como foi o caso da “desinfondemia” que levou a óbito milhares de pacientes de Covid no Brasil e no mundo.

CONCLUSÃO

As questões levantadas nesta pesquisa focaram sobre a necessidade de se promover a literacia midiática nas escolas e universidades como antídoto ao vírus das Fakes News e como incentivo à formação do senso crítico entre alunos e professores que possa torná-los céticos, mas não cínicos. Isto significa dizer que a educação crítica midiática transcende à mera habilitação em Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), envolvendo, por exemplo, a identificação e avaliação de notícias tendenciosas, e sobretudo a confiabilidade das informações.

As hipóteses apresentadas foram confirmadas, em todo ou em parte, pelos resultados da pesquisa. Foram achadas correlações positivas entre literacia midiática e os critérios de identificação de informações falsas (H₁). A variável “confiabilidade da fonte de informação”, como elemento identificador de Fake News, obteve 74,2% (M=1,26; D.P.=0,44) de confirmação dos respondentes, seguidos por “discurso de ódio” (19,6%; M=1,8; DP=0,4) e “postagens absurdas” (18,7%; M=1,81; DP=0,39). Com relação à segunda hipótese (H₂), a qual testa as correlações entre percepção de conteúdos falsos e gênero midiático, foram achados índices positivos ($t = 0.776$; $p < 0.00$) entre o nível de literacia e a percepção dos respondentes quanto à importância das Fake News. A preferência atribuída às mídias sociais indicou o X-Twitter (P=.781) como a plataforma para “acompanhar/participar do debate político/econômico nacional/internacional”, o que sugere um alto grau de literacia. Já a escolha pelo Instagram (P=.546) se encaixa no “uso para compartilhar fotos, imagens e vídeos de momentos importantes de minha vida”. YouTube (P=.546), Face Book 13 (P = .364), Whatsapp (P = .283) e TikTok (P = .198) apresentaram médios e baixos índices de correlação com a variável “literacia”.

Por outro lado, os achados indicam que o sentimento de estar recebendo possíveis notícias falsas sobre a pandemia do Covid19 é maior entre os respondentes que possuem um nível de literacia mais elevado (graduação e pós graduação), o que confirma em parte a terceira hipótese. Tais resultados podem estar relacionados ao fato de que os acadêmicos normalmente lidam com pesquisas baseadas em evidências científicas.

Nesse sentido, foram encontradas correlações positivas entre o nível de literacia ($t=23,01$; $p < 0.00$) e percepção de Fake News sobre temas científicos de profundo impacto social, como negacionismo em relação à pandemia do Covid19 ($t=20,77$, $p < 0.00$), vacinação de crianças ($t=45,24$; $p < 0.00$), mudança climática ($t=70,48$; $p < 0.00$) e efeito estufa ($t=77,26$; $p < 0.00$). Entre os respondentes que completaram o ensino superior, 41,5% afirmam ter recebido notícias falsas sobre ciência e tecnologia, enquanto apenas 16,2% dos estudantes do Ensino Médio confirmaram o recebimento de tais conteúdos.

Esta pesquisa detectou ainda três “negacionismos” que foram utilizados como arma de propaganda político-ideológica no Brasil: o negacionismo climático, eleitoral e sanitário. Dados de Análise Fatorial (AF) exploratória (rotação ortogonal Varimax e normalização de Kaiser, Eigenvalues =1.0) revelaram os seguintes fatores latentes: F1: Negacionismo climático (F= .715/.802); F 2: Negacionismo eleitoral (F=.845); F3: Negacionismo sanitário (F= .859/.797).

Tais achados confirmam a necessidade premente da formação do pensamento crítico em todos os níveis de ensino do país, visto que a assimilação de conteúdos falsos por pessoas sem senso crítico é facilitada por processos cognitivos que costumam ocorrer a cada nova postagem recebida: os internautas em geral tendem a orientar sua avaliação de conteúdos noticiosos de acordo com um conjunto de valores, ideias e experiências adquiridos ao longo da vida, os quais se cristalizam em hábitos arraigados à psiquê humana. Esse quadro psicológico torna as pessoas propensas a acreditar naquilo que confirma suas crenças pessoais.

Consequentemente, elas podem se sentir sobrecarregadas pela enxurrada de conteúdos a que estão expostas e acabam por confiar em fontes espúrias, que apelam a preconceitos e reforçam inclinações ideológicas pré-existentes. É imperativo resgatar e consolidar o compromisso com a informação ética e de qualidade, o que pode ser alcançado pela formação do pensamento crítico de alunos e professores.

REFERÊNCIAS

BUCKINGHAM D. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, 2 ed, New York: John Wiley & Sons, 2013.

CHAVES M, BRAGA, A. A pauta da desinformação: “Fake News” e análise de categorizações de pertencimento na eleição presidencial brasileira em 2018. *Brazilian Journalism Research*, 15(3):498-523, 2019. 14

503

EUROPEAN COMMISSION. *A multi-dimensional approach to disinformation, Report of the independent High-level Group on fake news and online disinformation*, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2018, p. 10.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV-DAAP). *Desinformação online, Democracia digital*, 2022.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. *Fake News e Saúde*. 2020.

HOPP T, et al. Why do people share ideologically extreme, false, and misleading content on social media? A self-report and trace data-based analysis of countermedia content dissemination on Facebook and Twitter. *Human Communication Research*, 46 (4):357-384. 2020.

LATOURE B. *Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator Rede*. Salvador, Ed. UFBA – UFSC, 156 p., 2012.

LAZER D, et. al. The science of Fake News. *Science*, 359(6380):1094-1096, 2018.

MATOS RC. Fake news frente a pandemia de COVID-19. *Vigilância Sanitária, Debate*, 8(3):78-85, 2020.

MILLER M. Fake News: Separating Truth from Fiction. Minneapolis: Lerner Publishing Group, 240 p., 2019.

MITCHELL A, et al. Distinguishing Between Factual and Opinion Statements in the News. Pew Research Center. 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Covid19 and Vaccine Hesitancy, 2023.

OXFORD ADVANCED LEARNER'S DICTIONARY. Edition 10th, London, pp. 850, 2020.

PAINTER J, et al. How 'Digital-born' media cover climate change in comparison to legacy media: A case study of the COP 21 summit in Paris, 2018.

PEW RESEARCH CENTER. 64% of Americans say social media have a mostly negative effect on the way things are going in the U.S. today. October 15th, 2020.

POTTER J. Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach. Thousand Oaks, Sage, 167 p., 2004

RUEDIGER MA, et al. Desinformação on-line e contestação das eleições: quinze meses de postagens sobre fraude nas urnas eletrônicas e voto impresso auditável no Facebook. Policy Paper. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2022.

SCHOUELE D, KRAUSE N. Science audiences, misinformation, and Fake News. Proceedings of the National Academy of Sciences, 116(6):7662-7669, 2019.

SOARES P, et al. Factors Associated with COVID-19: Vaccine Hesitancy. Vaccines, 9(3):345-370, 2021.15

VOSOUGHI S, et al. The spread of true and false news online. Science, 9(6345):1146-1151, 2018.

VERNON J. Science in the post-truth era. American Scientist, 105(1):1-17, 2017.