

A efetividade de um programa de alfabetização em mídia digital para idosos brasileiros

Effectiveness of a digital media literacy program for Brazilian older adults

*Cléber da Costa Figueiredo*¹

*Maria Elisabete Antonioli*²

*Patrícia Guimarães Gil*³

Resumo: *Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa quantitativa realizada com 347 pessoas com mais de 60 anos, via estratificação proporcional ao tamanho da população brasileira de idosos, cujo principal objetivo foi o de verificar se elas alcançaram melhores condições para lidar com a desinformação compartilhada nas redes sociais, após realizarem um curso por WhatsApp em 10 dias. Os respondentes foram observados em dois estágios. Em cada estágio um instrumento diferente foi aplicado e os respondentes precisavam avaliar se as notícias eram verdadeiras ou falsas. Como resultado, podemos citar que o curso de letramento digital aumentou a proficiência do idoso em detectar a natureza da informação após dois meses da conclusão do curso.*

Palavras-chave: *Desinformação; educação midiática; leitura lateral; pós-verdade; WhatsApp.*

Abstract: *This paper presents the results of a survey carried out with 347 people, over 60 years old, via proportionate stratified random sampling of the Brazilian population of older adults, whose main objective was to verify if they*

- 1 Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, SP, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0002-1632-6625>. E-mail: cfigueiredo@espm.br
- 2 Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). São Paulo, SP, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0001-5803-6952>. E-mail: mantonioli@espm.br
- 3 Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). São Paulo, SP, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0002-4038-7401>. E-mail: patricia.guimaraes@espm.br

reach the best conditions to deal with disinformation shared on social networks, after taking a 10-day WhatsApp course. Respondents were observed in two stages. In each stage a different questionnaire was applied, and the respondents needed to evaluate if headlines were true or false. As a result, we can mention that the digital literacy course increased the older adults' proficiency in detecting the nature of information after two months of the course's completion.

Keywords: *Desinformation; Media literacy; Lateral Reading; Post-truth; WhatsApp.*

Introdução

Em 2022, o Projeto Comprova iniciou, no Brasil, um curso gratuito de educação midiática, via WhatsApp, para pessoas com mais de 60 anos. O objetivo do curso é colaborar para que essas pessoas consigam identificar conteúdos suspeitos e verificar a veracidade deles, ou não, uma vez que esse grupo está bastante exposto a esse tipo de conteúdo (BRASHIER; SCHACTER, 2020; HARGITTAI *et al.* 2019). O curso trata-se da versão em português do *MediaWise for Seniors* – um programa de educação midiática desenvolvido para adultos da organização sem fins lucrativos Poynter Institute dos Estados Unidos, além de ser um esforço para que a maior quantidade de nações consiga “trabalhar visando à sociedade alfabetizada em mídia e informação, enquanto desenvolvem infraestruturas educacionais, econômicas, tecnológicas e de saúde fortalecidas” (GRIZZLE *et al.*, 2016, p. 150).

No curso, que tem duração de 10 dias, os jornalistas Lillian Witte Fibe e Boris Casoy são os mediadores. Nesse período, os participantes recebem lições diárias por WhatsApp com orientações para detectar conteúdos enganosos que circulam pela web, nas redes sociais ou por aplicativos de mensagem, haja vista que vários autores (GRIZZLE, *et al.*, 2016; JONES-JANG *et al.*, 2021; MOORE; HANCOCK, 2022) têm estudado que à medida que aumenta o letramento do indivíduo, a chance que ele tem de detectar uma informação falsa também aumenta.

Moore e Hancock (2022) foram os pioneiros a investigar os benefícios desse curso em um recorte norte-americano. No estudo, os autores se utilizaram de notícias verdadeiras ou falsas, construídas em cima da polarização política norte-americana, ou seja, utilizaram uma notícia com viés democrático, outra com viés republicano e, por fim, uma apartidária. Ao final, eles concluíram que o curso *MediaWise for Seniors* era capaz de desenvolver as habilidades dos participantes na detecção da natureza da informação.

No Brasil, não foi utilizado o viés da polarização política de geração de conteúdo, seja ele falso ou verdadeiro, uma vez que o interesse era

averguar se o idoso sem letramento seria capaz de detectar a natureza da informação, independente do viés político.

Para tanto, 347 idosos participaram do experimento, realizado entre os dias 5 de maio e 18 de agosto, cujo objetivo foi aferir se essas pessoas alcançaram melhores condições para identificar a natureza falsa ou verdadeira de uma informação, após concluírem o curso. Para tanto, a empresa de coleta e soluções em pesquisa AB Evne, sediada em São Paulo, foi escolhida para coletar os dados no primeiro estágio de coleta (com o grupo selecionado de idosos), monitorar a realização do curso e coletar os dados do segundo estágio, após a conclusão.

Outra característica que diferencia o atual estudo, do trabalho de Moore e Hancock (2022), é que foi utilizada uma amostragem proporcional ao tamanho da população, via estratificação, e características específicas da sociedade brasileira, a fim de assegurar que o desenho amostral fosse representativo da população brasileira com mais de 60 anos (60+). Nesse sentido, cabe destacar que a principal limitação do método de coleta foi a ausência de escritórios da empresa de pesquisa em algumas capitais brasileiras. Assim, o processo de estratificação utilizou dados públicos de 18 capitais e do Distrito Federal.

A desinformação na era da pós-verdade

A divulgação de desinformações é um fenômeno que tem desencadeado graves problemas às sociedades ao redor do mundo. Principalmente, por meio das redes sociais e plataformas digitais, elas alcançam milhões de pessoas que recebem conteúdos que não são verídicos, informações alteradas ou criadas com intenção de enganar pessoas (BENNETT; LIVINGSTON, 2018, JONES-JANG *et al.*, 2021). Muitos desses conteúdos são elaborados com um alto grau de sofisticação, devido aos recursos tecnológicos de manipulação, principalmente quando imagens e vozes são utilizadas. Entretanto, mesmo antes que qualquer tipo de comunicação midiática existisse, notícias falsas já circulavam por outras formas. Em entrevista para o jornalista Fabio Victor, publicada no jornal *Folha de S.Paulo* (2017), o historiador americano Robert Darnton,

professor emérito da Universidade Harvard, afirmou que notícias falsas remontam pelo menos à Idade Antiga, mais precisamente ao século VI. Darnton cita um historiador bizantino daquele século chamado Procópio, famoso por escrever a história do império de Justiniano, que escreveu um texto secreto, chamado “Anekdotá”, espalhando *fake news* e arruinando completamente a reputação do imperador Justiniano, bem similar ao que aconteceu na campanha eleitoral americana de Donald Trump. Nessa perspectiva, Otávio Frias Filho (2018, p. 42) afirma que as *fake news* não são novidade, e sim, “a aparição de um instrumento capaz de reproduzi-las e disseminá-las com amplitude e velocidades inauditas”.

Algumas medidas vêm sendo tomadas para tentar coibir a emissão desses conteúdos falsos. No Brasil, há um Projeto de Lei na Câmara, o PL das *fake news*, que propõe medidas para diminuir a disseminação de informações falsas, inclusive com aumento de chances de punição aos seus responsáveis. Há, também, projetos de organizações, agências de checagem, cursos de educação midiática que procuram auxiliar no combate às desinformações que circulam, sobretudo a respeito de assuntos que se referem à política.

Em 2022, a agência de notícias AFP (Agence France-Presse)⁴ lançou no Brasil seu primeiro curso de verificação digital destinado a jornalistas e estudantes de jornalismo, com o objetivo de oferecer aos alunos ferramentas e técnicas para enfrentar as desinformações e alegações falsas que se espalham na internet (AFP, 2022). O projeto Comprova foi lançado em 2018. É uma iniciativa colaborativa e sem fins lucrativos, coordenada pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), que reúne diversos veículos de comunicação. Conforme dados informados no *site*, o projeto tem como objetivo “identificar e enfraquecer as sofisticadas técnicas de manipulação e disseminação

4 Disponível em: [COMUN. MÍDIA CONSUMO, SÃO PAULO V. 20, N. 58, P. 219-241, MAI./JUL. 2023](https://www.afp.com/pt/agencia/comunicados-imprensa-boletim/afp-lanca-curso-de-verificacao-digital-livre-para-jornalistas-e-estudantes-de-jornalismo#:~:text=Iniciativa%20foi%20elaborada%20pela%20premiada,apoio%20da%20Google%20News%20Initiative.&text=A%20AFP%2C%20ag%C3%Aancia%20de%20not%C3%ADcias,jornalistas%20e%20estudantes%20de%20jornalismo. Acesso em: 12 out. 2022.</p>
</div>
<div data-bbox=)

de conteúdo enganoso que vemos surgir em sites hiperpartidários, aplicativos de mensagens e redes sociais” (COMPROVA, s/d)⁵. Ainda em 2018, o portal G1, do Grupo Globo, lançou a seção Fato ou Fake, um serviço de monitoramento e checagem de conteúdos duvidosos que esclarece o que é falso ou verdadeiro em mensagens disseminadas pelo celular e pela internet (G1, 30 jul. 2018)⁶. Entre as agências especializadas em *fact-checking* no Brasil, temos a Lupa⁷, criada em 2015 por Cristina Tardáguila, e a Aos Fatos, criada também em 2015 por Tai Nalon, Rômulo Collopy e Carol Cavaleiro (LUPA, 15 abr. 2015).

Embora diversos esforços estejam direcionados ao combate das informações falsas, ainda há muito o que fazer para que um maior número de pessoas consiga identificar o que é verdade factual e o que é mentira. Contudo, nesse contexto, a própria verdade factual está em crise, como chama atenção Eugênio Bucci (2019).

É uma crise instalada na chamada era da pós-verdade, palavra usada pela primeira vez em um artigo publicado em 1992 na revista americana *The Nation*, por Steve Tesich, sobre a primeira guerra do Golfo. Em 2004, o termo foi utilizado no título do livro de Ralph Keyes *The post-truth era* e Bucci (2019, p. 11) afirma que a “expressão ‘política da pós-verdade’ parece ter sido cunhada por um blogueiro David Roberts, no dia 1º de abril de 2010”.

Em 10 de setembro 2016 o semanário britânico *The Economist* publicou uma capa que chamou a atenção mundial, “Art of the lie”, a respeito do engano que acometeu os britânicos quando votaram a favor do Brexit, assim como os americanos, que estavam acreditando em falsas informações publicadas durante a campanha de Donald Trump à presidência (THE ECONOMIST, 10 set. 2016)⁸.

5 Disponível em: <https://projetocomprova.com.br/about/>. Acesso em: 12 out. 2022.

6 Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>. Acesso em: 12 out. 2022.

7 Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-funciona-nosso-modelo-de-negocios>. Acesso em: 12 out. 2022.

8 Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie>. Acesso em: 12 out. 2022.

Destaca-se, ainda, que o *Dicionário Oxford* declarou o termo pós-verdade, ou *post-truth*, como a palavra do ano, em 2016, e a qualificou como um adjetivo: referente a circunstâncias nas quais os fatos objetivos são menos influentes do que as emoções e as crenças pessoais junto à opinião pública (FABIO, 2016).

Embora o termo pós-verdade não seja novo, evidentemente, as redes sociais têm potencializado a crise que se instalou, com a proliferação de desinformações em oposição à verdade dos fatos. Se, por uma via, essas redes têm colaborado para dar voz ao cidadão e ao debate público, por outra têm sido utilizadas também por aqueles que não são comprometidos com o bem comum, e sim com o bem próprio e de grupos de poder com objetivos menos nobres e que não se coadunam com o ambiente democrático. Anos antes dessa crise, Ignacio Ramonet (2012, p. 64) afirmou que: “em razão de explosão, de sua multiplicação, de sua superabundância, a informação encontra-se literalmente contaminada, envenenada por toda espécie de mentira, poluída pelos rumores, pelas deformações, pelas distorções e manipulações”.

É indiscutível que as redes sociais se tornaram um instrumento facilitador para o compartilhamento de informações e desinformações na era da pós-verdade. Entretanto, é interessante mencionar que os *smartphones*, por sua vez, se tornaram a base para esse compartilhamento por qualquer pessoa em qualquer parte do planeta.

Diante desse cenário, torna-se relevante chamar a atenção também para as palavras de Michiko Kakutani (2017), que lembra não existirem apenas notícias falsas, mas ciência falsa, como as dos antivacinas; história falsa, como as dos revisionistas do Holocausto; perfis falsos no Facebook, como os criados por *trolls* russos; e os seguidores e *likes* falsos, como os gerados por *bots* nas redes sociais. Em relação à pandemia da covid-19, que surgiu em 2020, é interessante destacar o fenômeno da “infodemia”, reconhecido pela Organização Mundial da Saúde (OMS), por um excesso de informações, algumas precisas e outras não, o que dificultou encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis.

Kakutani (2017, p. 11) chama a atenção para o termo “declínio da verdade”, utilizado pelo *think tank* da Rand Corporation que o descreve como “o enfraquecimento do papel dos fatos e análises na vida pública norte-americana”. Entretanto, há muitas outras expressões atualmente para designar as *fakes news*, como são conhecidas popularmente.

Claire Wardle (2020) diretora e cofundadora do First Draft, organização sem fins lucrativos, criada em 2015 com a Universidade Harvard, especializada em buscar estratégias para combater a desinformação, é uma das mais renomadas estudiosas do assunto. A pesquisadora apresenta distinções entre os termos desinformação, mesinformação e malinformação para entender a desordem informacional.

Desinformação é um conteúdo intencionalmente falso e criado para causar danos. É motivado por três fatores distintos: ganhar dinheiro; ter influência política, internacional ou nacional; ou causar problemas por causa disso.

Mesinformações também descrevem conteúdo falso, mas a pessoa que compartilha não percebe que é falso ou enganoso. Muitas vezes, uma desinformação é vista por alguém que não percebe que é falsa e compartilha com suas redes, acreditando que estão ajudando.

A terceira categoria que usamos é a malinformação. O termo descreve informações genuínas que são compartilhadas com a intenção de causar danos. Um exemplo disso é quando agentes russos invadiram e-mails do Comitê Nacional Democrata e da campanha de Hillary Clinton e vazaram certos detalhes ao público para prejudicar reputações. (WARDLE, 2020, p. 10)

Educação midiática

A educação midiática é uma das mais importantes barreiras contra as desinformações que circulam entre pessoas de qualquer faixa etária. A educação midiática leva os cidadãos a ter melhores condições de verificar a veracidade das informações, desenvolver uma leitura crítica das mídias e de seus conteúdos e, conseqüentemente, colaborar para seu

desenvolvimento de cidadania. Além de “aumentar a compreensão dos diferentes pontos de vista e o compartilhamento da responsabilidade” de conteúdo compartilhado, ou ainda, “reduzir a intolerância e aumentar a compreensão para além de fronteiras políticas e entre etnias e religiões” (GRIZZLE, *et al.*, 2016, p. 150).

Assim, crianças, jovens, adultos e pessoas com mais de 60 anos se beneficiarão com a oportunidade de desenvolver competências de educação digital e midiática, conforme observa Renee Hobbs (2010). A pesquisadora discute esses benefícios para as diversas fases da idade. Hobbs menciona que os idosos são grandes consumidores de televisão e podem ser vulneráveis a certas mensagens consideradas persuasivas, como na área da saúde: anúncios de medicamentos prescritos, medicamentos de venda livre e suplementos nutricionais. Para a professora, melhorar a alfabetização digital e midiática dessas pessoas, ajudá-las a avaliar melhor essas informações e oferecer os benefícios do compartilhamento de informações e da conexão social disponível por meio das mídias sociais.

Grizzle *et al.* (2021) apresentam um currículo, desenvolvido pela Unesco, que pode ser trabalhado por educadores, com o intuito de desenvolver as habilidades de letramento. Nesse sentido, Soares (2014) afirma que foi no âmbito do debate em torno do desenvolvimento da América Latina que teve início a ação articuladora da Unesco, na tentativa de aproximar comunicação e educação, na esfera das políticas públicas.

A organização promoveu um encontro no México, em dezembro de 1979, reunindo os ministros da Educação e do Planejamento dos países do continente, com o objetivo de examinar os problemas fundamentais da educação no contexto do desenvolvimento geral da região, criando, para tanto, um plano comum, denominado Projeto Principal de Educação na América Latina e Caribe. (Soares, 2014, p. 20)

Segundo o pesquisador, cresce no Brasil a disposição para uma colaboração mais sólida entre os agentes que trabalham com educação midiática. Atualmente diversas organizações não governamentais

colaboram para o desenvolvimento da educação midiática e no ano de 2017 passou a constar da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) do ensino médio e fundamental.

Assim, a hipótese formulada nesta pesquisa é: o curso de letramento oferecido pelo WhatsApp irá aumentar as habilidades do idoso em detectar a natureza da informação, independentemente das características sociais e demográficas do participante.

Metodologia

A fim de conduzir um estudo longitudinal aleatório em dois estágios, pesquisadores de um curso de Jornalismo e de Administração delinearam um esquema amostral probabilístico e fizeram uma parceria com uma empresa de coleta de dados para efetivar a coleta, no Brasil. A empresa fornecedora de pesquisas coletou os dados nas duas fases do experimento e monitorou os participantes ao longo da realização do curso. A coleta começou no dia 5 de maio e foi finalizada em 18 de agosto, sob a supervisão dos pesquisadores e analistas.

A coleta de dados ocorreu em 18 capitais e no Distrito Federal. A quantidade de habitantes por localidade foi obtida por meio de projeções do IBGE para o ano de 2020⁹. Já o percentual da população com mais de 60 anos em cada localidade foi obtido por meio dos percentuais divulgados pelo Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, que disponibiliza uma plataforma *online*¹⁰ capaz de apresentar esses percentuais nas localidades onde a empresa de pesquisa possui um escritório.

A partir disso, a quantidade de idosos com mais de 60 anos por localidade foi calculada para que, com uma confiança de 95%, a margem de erro para o cálculo das estimativas de percentuais não fosse superior a

9 O censo demográfico brasileiro está sendo atualizado neste ano, então os dados mais atuais, mas que ainda são projeções, se referem a 2020.

10 Panorama dos Idosos Brasileiros - Quem são? Onde estão? O que fazem? Como chegar até eles? Disponível em: <https://www.cps.fgv.br/social/4/evolucaoBRATOTHIBcodpanorama/visualizacao/tudo>.

5,32% para mais ou para menos. Esses cálculos levaram a uma projeção amostral de 340 idosos na primeira onda de coleta do experimento.

Assim, a empresa de coleta utilizou um sistema de referências próprio com contatos de idosos que foram selecionados com base em um protocolo representativo de entrada construído para representar a sociedade brasileira. Os idosos receberam um *link* com os questionários que foram elaborados, utilizando a ferramenta Gandia Integra¹¹. Se algum idoso tinha algum problema durante a resposta dos questionários, ou durante a realização do curso, a empresa entrava em contato com o participante e o ajudava a tirar suas dúvidas.

No entanto, todo o questionário foi autopreenchido e a empresa apenas fornecia suporte por telefone. Ao final, os dados coletados foram enviados para o grupo de pesquisadores que não teve nenhum contato com os participantes e nem recebeu nenhuma informação passível de suas identificações.

A coleta de dados foi estruturada para acontecer em dois estágios. No primeiro estágio, foi aplicado um instrumento para caracterização da amostra, descrição do contato que o entrevistado possuía do ambiente digital e sua exposição à tecnologia.

No primeiro estágio, os respondentes receberam seis notícias baseadas na estrutura de uma pesquisa realizada pela Universidade de Stanford (MOORE; HANCOCK, 2022). Algumas das manchetes foram construídas de forma propositalmente falsa e outras eram recortes de notícias verdadeiras. A ordem das notícias foi aleatorizada. Cada respondente tinha a tarefa de avaliar quanto cada notícia tendia a ser de definitivamente falsa para definitivamente verdadeira.

Por um período de dez dias os inscritos receberam uma pequena aula com um trecho de conteúdo e um vídeo curto, via WhatsApp. O conteúdo do curso foi interativo e versou sobre ferramentas e dicas de letramento digital em redes sociais, tais como leitura lateral, *click restraint*, algoritmos e pesquisa de imagem invertida.

11 Mais informações em: <https://www.tesibr.com/>.

Como o curso de dez dias, mesmo que interativo, podia ser revisto pelos participantes quantas vezes fosse preciso, então essa forma de letramento favoreceu a autonomia do aluno idoso durante a aprendizagem. Outros pontos de destaque da metodologia são que as videoaulas ficavam armazenadas no WhatsApp do aluno e os apresentadores escolhidos são vistos como carismáticos por esse público, o que transparece o domínio na condução do ensino.

Após a realização do curso, outras seis notícias foram apresentadas aleatoriamente para os mesmos entrevistados que realizaram as primeiras seis avaliações e finalizaram o curso após dois meses da finalização do curso. Foram inseridas figuras em todas as notícias para aferir se algum entrevistado recorreria à técnica de pesquisa de imagem invertida.

Resultados e discussão

Devido à existência de um plano amostral e de uma ponderação quanto ao sexo, à raça, à religião e à classe econômica, a amostra final obtida foi de 347 pessoas.

Em relação ao sexo e à raça, foi obtido no final:

- sexo: 54% dos respondentes do sexo feminino.
- raça ou grupo étnico: negros (8%); pardos (38%); brancos (52%); asiáticos (1%); e, indígenas (1%).

Além disso, foi necessário controlar os percentuais por religião e renda para que a amostra também representasse os diferentes estratos da população brasileira, de acordo com esses critérios demográficos.

Para os percentuais referentes à religião, foram utilizadas informações divulgadas no portal do G1 (G1, 13 jan. 2020) referentes a uma pesquisa realizada pelo Instituto DATAFOLHA, do jornal *Folha de S.Paulo*. As distribuições de frequências obtidas foram:

- religião predominante: nenhuma (10%); catolicismo (51%); protestantismo (29%); espiritismo (5%); budismo (1%); religiões afro-brasileiras (1%); outras (2%); e, ateísmo (1%).

Já para o controle das diferentes classes econômicas, Neri (2019) discute a subjetividade presente nos instrumentos tradicionais brasileiros

de estratificação econômica e baseia-se numa literatura alicerçada no conceito de bem-estar social. Como é sabido, os critérios com base em renda no Brasil apenas consideram a situação da população economicamente ativa e algumas vezes são omissos em relação à população com mais de 60 anos, em muitos casos já desfrutando de suas aposentadorias.

Dentro desse cenário, as seguintes faixas de renda foram adotadas para a estratificação da população 60+, adaptadas da metodologia utilizada pelo Centro de Políticas Sociais da FGV Social:

- Classe E: até um salário mínimo, ou seja, até R\$ 1.212,00;
- Classe D: de um até dois salários mínimos, ou seja, de R\$ 1.212,01 a R\$ 2.424,00;
- Classe C: de dois salários mínimos até o teto atual do INSS, ou seja, de R\$ 2.424,01 até R\$ 7.087,22;
- Classe AB: mais do que o teto atual do INSS, ou seja, mais do que R\$ 7.087,22.

Assim, os percentuais obtidos para as diferentes faixas de renda foram:

- Renda familiar mensal: Classe E (3%); Classe D (12%); Classe C (63%); e, Classe AB (22%).

Como o acesso à informação requer que haja alguma escolaridade, idosos não alfabetizados não fizeram parte do *corpus* de análise da pesquisa. Assim, a escolaridade funcionou como filtro nesta pesquisa. Ao final, obtivemos os seguintes percentuais para as diferentes escolaridades:

- Educação: Ensino fundamental – séries iniciais (do 1º ao 5º ano) (3%); Ensino fundamental – séries finais (do 6º ao 9º ano) (14%); Ensino médio (44%); Ensino superior incompleto (9%); Ensino superior completo (24%); e, pós-graduação (5%).

O questionário aplicado antes da realização do curso foi adaptado para a realidade brasileira a partir do estudo de Moore e Hancock (2022). Para mensurar a exposição do idoso brasileiro ao ambiente digital e a algumas tecnologias, os entrevistados indicaram com que frequência eles se conectam à internet de qualquer local (em casa, no trabalho, em

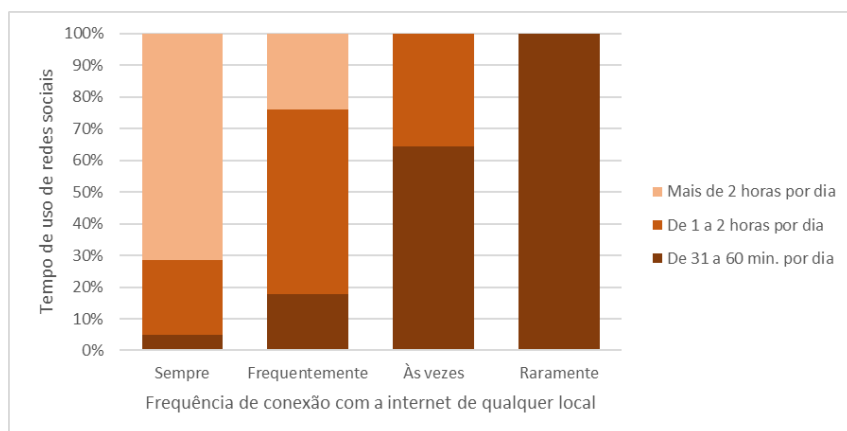
trânsito ou em qualquer outro lugar). O resultado foi que 236 dos 347 entrevistados (68%) disseram utilizar “sempre” a internet.

Já, 175 dos 347 entrevistados (50%) responderam que ficavam ativamente, em média, mais de duas horas navegando em mídias sociais, como Facebook, Twitter ou Instagram.

A Figura 1 revela a possível associação que o entrevistado estabeleceu entre a frequência de conexão e o tempo de utilização das redes sociais, uma vez que fica evidente que o tempo de utilização das mídias sociais aumenta à medida que a frequência de conexão com a internet de qualquer lugar aumenta.

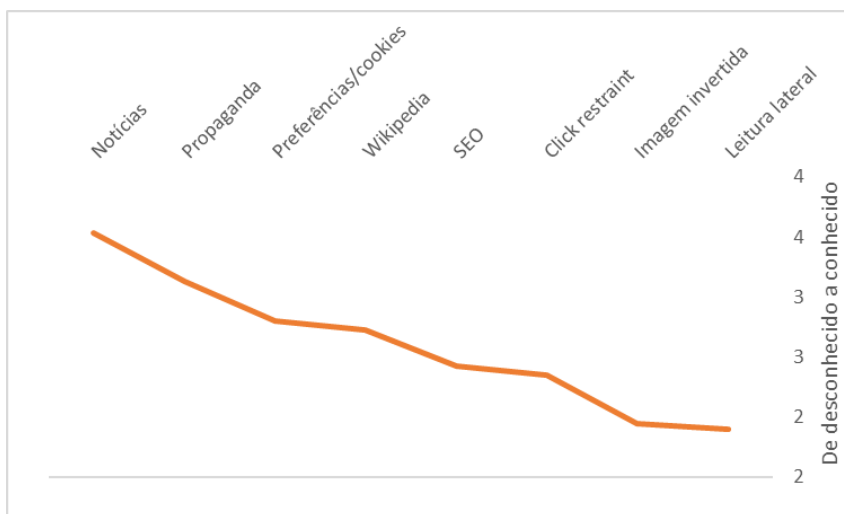
Para testar a significância dessa associação, utilizou-se o teste qui-quadrado. Primeiro, a categoria “raramente” da frequência de conexão com a internet foi eliminada da análise, pela ausência de observações das outras categorias de tempo de utilização de mídias sociais. Dessa forma, o teste qui-quadrado para testar uma possível associação entre a frequência de conexão e o tempo de acesso às redes sociais foi aplicado, obtendo-se um valor-p ($<0,001$) favorável à associação dessas duas medidas. Esse resultado indica que o idoso que acessa mais a internet é mais frequente nas redes sociais e vice-versa.

Figura 1 - Frequência de conexão e tempo gasto em redes sociais



A população 60+ também precisou avaliar o conhecimento de algumas técnicas digitais. Algumas delas como SEO, *click restraint*, pesquisa de imagem invertida e leitura lateral faziam parte do conteúdo do curso de letramento em mídias digitais que foi oferecido aos entrevistados na segunda fase do estudo.

Figura 2 - Quão familiares são esses temas para você?



As técnicas presentes no curso eram as menos conhecidas do público 60+ brasileiro, conforme mostra a Figura 2. Esse resultado já justifica o *gap* de conhecimento e a necessidade da existência de um programa de letramento digital para a população com mais de 60 anos no Brasil.

Esses resultados corroboram com os estudos de Machado *et al.* (2019), que mapearam e analisaram a competência digital de 24 idosos com 60 ou mais anos que participaram de um curso de inclusão digital oferecido pela Unidade de Inclusão Digital (UNIDI) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Os autores consideraram que os idosos ainda possuem muitas limitações em relação aos conhecimentos e habilidades de letramento e fluência digital, mas apresentam atitudes em busca de soluções para essas barreiras. Concluíram que é preciso a

criação e aplicação de novas estratégias pedagógicas para resolver essas dificuldades, como a utilização de materiais educacionais digitais.

Sobre a necessidade dessa inclusão, Gil (2019) afirma que a literacia digital deve estar associada aos idosos para que eles se sintam digitalmente incluídos e, conseqüentemente, socialmente incluídos. Nessa perspectiva, Slodkowski *et al.* (2021) comentam a importância de que os idosos construam competências digitais para se inserirem e atuarem na sociedade.

Já Araújo da Silva e Behar (2019, p. 26) afirmam que é esperado de um sujeito digitalmente competente a compreensão dos meios tecnológicos suficientes para “saber utilizar as informações, ser crítico e ser capaz de se comunicar utilizando uma variedade de ferramentas”.

Figura 3 - Avaliação da natureza da informação antes do curso

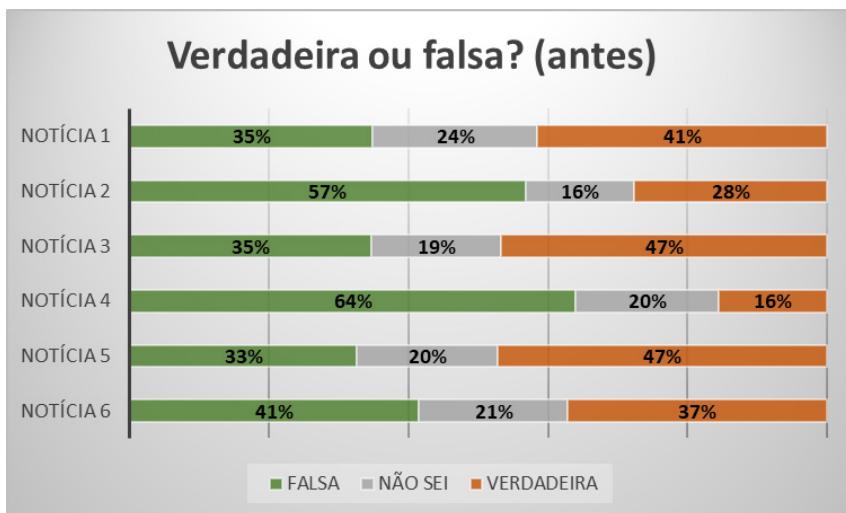
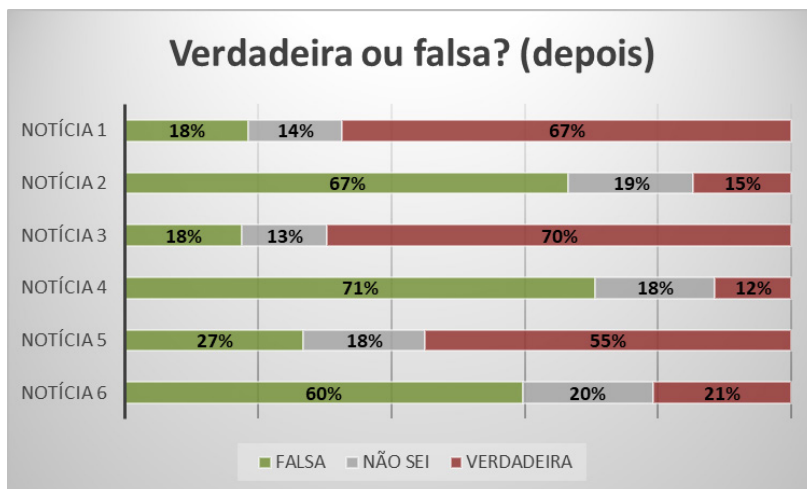
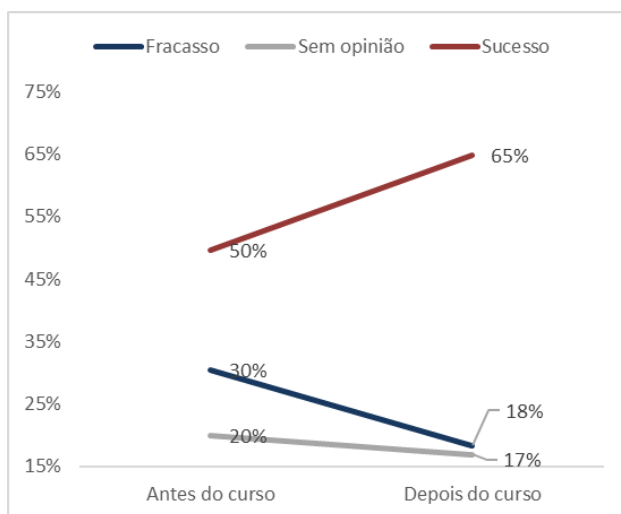


Figura 4 - Avaliação da natureza da informação dois meses depois do curso



As Figuras 3 e 4 apresentam os resultados das avaliações das seis notícias antes e após a realização do curso. Com base nesses percentuais foram obtidas as médias de acerto, indecisão e erro de avaliação que estão apresentadas na Figura 5.

Figura 5 - Alavancagem das habilidades de letramento digital



Da Figura 5 pode-se depreender o aprendizado que os idosos adquiriram com o curso. Em média, antes do curso, 50% [43,3% a 54,9%] dos respondentes avaliaram corretamente se a notícia era verdadeira ou falsa, enquanto 20% [14,7% a 25,3%] não sabiam e 30% [25,1% a 35,7%] fizeram avaliações erradas.

É interessante destacar que esse resultado obtido, antes da realização do curso, mostra a completa aleatoriedade que podia existir na determinação da natureza da informação. Como uma notícia só pode ser verdadeira ou falsa, metade dos respondentes obtiveram sucesso na identificação da natureza das notícias avaliadas.

Já, após a realização do curso, esse percentual aumentou 15 pontos percentuais, indicando um aumento significativo da habilidade de identificar a natureza da informação, pois, em média, o sucesso foi obtido por 65% [59,5% a 70,2%] dos respondentes; 17% não souberam avaliar e 18% [13,0% a 23,6%] erraram suas avaliações, sendo a leitura lateral o principal mecanismo utilizado na checagem da natureza da informação. Isso leva à aceitação da hipótese de que o curso iria alavancar a habilidade dos idosos.

Com a análise da margem de erro de 5,32%, os resultados revelam um aumento expressivo dos que souberam avaliar se a informação apresentada era verdadeira ou falsa, após a finalização do programa de letramento oferecido pela MediaWise. Esse resultado é reforçado pela menor taxa de avaliações incorretas da natureza da informação, quando comparadas com os resultados obtidos antes da realização do curso.

Além disso, há potencial de que a avaliação correta da informação possa atingir até 70,2% (no limite da margem de erro) da população com o programa de letramento digital que foi preparado pela MediaWise.

O empate técnico apenas aparece no percentual dos que não sabiam opinar acerca da veracidade ou não da informação que foi apresentada.

Considerações finais

A pesquisa evidenciou que o grupo com mais de 60 anos é um grupo que desconhece as ferramentas de letramento digital, tais como *click restraint*, pesquisa de imagem invertida ou leitura lateral. Mesmo após a realização do curso, a pesquisa de imagem invertida foi uma técnica de letramento digital pouco utilizada. Contudo, a leitura lateral passou a ser o diferencial para a determinação da veracidade de boa parte das notícias, já que os respondentes afirmaram ter ido procurar pelos textos originais ou relacionados.

O curso de letramento digital cumpriu o seu objetivo, uma vez que foi capaz de alavancar a chance de o idoso reconhecer a natureza verdadeira ou falsa das notícias que foram apresentadas após o curso, sendo a hipótese aventada verdadeira.

Um ponto que vale a pena ser destacado é que o momento histórico de eleições, em que a pesquisa foi realizada, acabou por contrariar a teoria do padrão de verdade estabelecida por Levine (2014). Nela, o padrão é que as pessoas interpretem uma informação recebida como verdadeira. Ao abrirmos os 50% que obtiveram sucesso na avaliação da notícia, antes do curso, 45% acertaram a origem verdadeira da informação e 54% acertaram que a informação era falsa, em média. É como se o público estivesse à procura da informação falsa, já que numericamente o percentual que identificou a informação falsa ficou nove pontos percentuais acima do percentual que detectou a natureza correta das informações verdadeiras.

Após o curso, entre os 65% que obtiveram êxito na avaliação da natureza da informação, 66% obtiveram sucesso em determinar a natureza da informação falsa e 64% obtiveram sucesso em determinar a informação verdadeira. Embora haja um empate técnico, ainda assim o percentual dos que acreditam que a informação é falsa é numericamente maior do que o percentual dos que acreditam que a informação seja verdadeira. Portanto, a realização dessa pesquisa em um ano de eleições presidenciais brasileiras pode ter aumentado o ceticismo dos brasileiros em relação à informação.

Por outro lado, este estudo corrobora com os estudos de Moore e Hancock (2022), uma vez que o curso de letramento digital aumentou a proficiência do idoso em detectar a natureza da informação.

O ganho desse estudo em relação aos dois estudos supracitados é que o processo de amostragem estratificada por alocação proporcional com relação a sexo, raça, religião e classe econômica garantiu que o ganho de letramento digital pode ser extrapolado para além dos limites dessa amostra, sendo um instrumento válido para todo o Brasil, com uma confiança de 95% e margem de erro para mais ou para menos de 5,32%.

Por fim, podemos destacar que no estudo de Moore e Hancock (2022) os dados do segundo estágio foram coletados logo após a conclusão do curso, contudo, neste estudo, a coleta da segunda fase foi realizada dois meses depois do término do curso, o que nos permite afirmar que há uma memória de aprendizado do idoso dois meses após a realização do curso.

Referências

- ARAÚJO DA SILVA, K. K.; BEHAR, P. A. Competências Digitais na Educação: uma discussão acerca do conceito. *Educação em Revista*. Belo Horizonte, v. 35, p. 1-32, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0102-4698209940>. Acesso em: 12 out. 2022.
- AFP (Agence France-Presse). *AFP lança curso de verificação digital livre para jornalistas e estudantes de jornalismo*. 2022. Disponível em: <https://www.afp.com/pt/agencial/comunicados-imprensa-boletim/afp-lanca-curso-de-verificacao-digital-livre-para-jornalistas-e-estudantes-de-jornalismo#:~:text=Iniciativa%20foi%20elaborada%20pela%20premiada,apoio%20da%20Google%20News%20Initiative.&text=A%20AFP%2C%20ag%C3%Aancia%20de%20not%C3%ADcias,jornalistas%20e%20estudantes%20de%20jornalismo>.
- BENNETT, W. L.; LIVINGSTON, S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>. Acesso em: 12 out. 2022.
- BRASHIER, N. M.; SCHACTER, D. L. Aging in an Era of Fake News. *Current Directions in Psychological Science*, v. 29, n. 3, p. 316-323, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0963721420915872>. Acesso em: 12 out. 2022.
- BUCCI, E. *Existe democracia sem verdade factual*. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

COMPROVA. *Sobre o Comprova*. Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/about/>. Acesso em: 12 out. 2022.

FABIO, A. C. O que é 'pós-verdade', a palavra do ano segundo a Universidade de Oxford, 2016. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2016/11/16/O-que-%C3%A9-%E2%80%98p%C3%B3s-verdade%E2%80%99-a-palavra-do-ano-segundo-a-Universidade-de-Oxford>. Acesso em: 12 out. 2022.

FRIAS FILHO, O. O que é falso sobre fake news. *Revista USP*. São Paulo, v. 116, p. 39-44, 2018.

G1. *50% dos brasileiros são católicos, 31%, evangélicos e 10% não têm religião, diz Datafolha*, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>. Acesso em: 12 out. 2022.

G1. *G1 lança Fato ou Fake, novo serviço de checagem de conteúdos suspeitos*, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>. Acesso em: 12 out. 2022.

GIL, H. Nativos digitais, migrantes digitais e adultos mais idosos: pontes para a infoinclusão. *Educação, Psicologia e Interfaces*. Lisboa, v. 3, n. 2, p. 163-183, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i2.152>. Acesso em: 12 out. 2022.

GRIZZLE, A. *et al.* Alfabetização midiática e informacional: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília: Unesco, Cetic.br, 2016.

GRIZZLE, A. *et al. ilc: think critically, click wisely!* Paris: Unesco, 2021.

HARGITTAI, E.; PIPER, A. M.; MORRIS, M. R. From internet access to internet skills: digital inequality among older adults. *Univ. Access Inf. Soc.*, v. 18, p. 881-890, 2019.

HOBBS, R. *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Washington: The Aspen Institute Communications and Society Program, 2010. Disponível em: https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf. Acesso em: 12 out. 2022.

JONES-JANG, S. M.; MORTENSEN, T.; LIU, J. Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't. *American Behavioral Scientist*, v. 65, n. 2, p. 371-388, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>. Acesso em: 12 out. 2022.

KAKUTANI, Michiko. *A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump*. Tradução André Czarnobai; Marcela Duarte. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LEVINE, T. R. Truth-Default Theory (TDT): A theory of human deception and deception detection. *Journal of Language and Social Psychology*, v. 33, n. 4, p. 378-392, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0261927X14535916>. Acesso em: 12 out. 2022.

LUPA. *Como funciona o modelo de negócios da Lupa?* s. p., 2015. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-funciona-nosso-modelo-de-negocios>. Acesso em: 12 out. 2022.

MACHADO, L. R. *et al.* Competência digital de idosos: mapeamento e avaliação. *Educação Temática Digital*. Campinas, v. 21, n. 4, p. 941-959, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.20396/etd.v21i4.8652536>. Acesso em: 12 out. 2022.

MOORE, R. C.; HANCOCK, J. T. A digital media literacy intervention for older adults improves resilience to fake news. *Scientific Reports*, v. 12, n. 6008, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41598-022-08437-0>. Acesso em: 12 out. 2022.

NERI, M. *As Classes Médias Brasileiras*. Rio de Janeiro: FGV Social, 2019.

RAMONET, I. *A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias*. Tradução Douglas Estevam. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SLODKOWSKI, B. K. *et al.* Autoria e competência digital de idosos: uma revisão sistemática da literatura acerca dos conceitos. *Revista Educar Mais*. Porto Alegre, v. 5, n. 4, p. 805-820, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.15536/reducarmais.5.2021.2452>. Acesso em: 12 out. 2022.

SOARES, I. O. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre Comunicação e Educação. *Revista Comunicação & Educação*. Ano XIX, n. 2, p. 15-26, jul./dez., 2014. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4615030/mod_resource/content/1/SOARES%20-%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Midi%C3%A1tica.pdf. Acesso em: 12 out. 2022.

THE ECONOMIST. *Art of the lie*, 2016. Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie>. Acesso em: 12 out. 2022.

VICTOR, F. Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 19 fev. 2017. Ilustríssima. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>. Acesso em: 12 out. 2022.

WARDLE, C. *Entender a desordem informacional*, 2020. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x75440. Acesso em: 12 out. 2022.

Sobre os autores

Cléber da Costa Figueiredo - Doutor em Estatística pela USP (2009). Seus principais interesses giram em torno das ciências de dados, pesquisa de mercado, modelos de regressão e modelos econométricos. Atualmente, é supervisor da área de analytics/métodos quantitativos e membro do Núcleo Docente Estruturante do curso de Administração de Empresas da ESPM-SP e da disciplina de Análise e Visualização de Dados. Professor do Departamento de Tecnologia

e Ciências de Dados da Fundação Getúlio Vargas. No artigo, respondeu pela idealização da investigação, coleta e revisão de artigos, redação e revisão final.

Maria Elisabete Antonioli - Jornalista formada pela Universidade Metodista de São Paulo. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade São Paulo, com pós-doutorado na mesma Universidade. Coordenadora e professora do bacharelado de Jornalismo. Líder do Grupo de Pesquisa CNPq: Linha de Pesquisa: Tecnologias, Processos e Narrativas Midiáticas. Faz parte do Comitê de Iniciação Científica da ESPM. Avaliadora do INEP/MEC. Faz parte do Comitê Editorial do periódico ALTEJOR ECA/USP, da Revista de Jornalismo ESPM Edição Brasileira da Columbia Journalism Review, do Conselho Consultivo da Associação Brasileira de Ensino de Jornalismo (ABEJ) e exerce, atualmente, o cargo de Diretora Científica. No artigo, respondeu pela idealização da investigação, coleta e revisão de artigos, redação e revisão final.

Patrícia Guimarães Gil - Jornalista, mestre e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Mestre em Public Policy & Governance pela Universidade de Nova Gales do Sul (UNSW, Austrália), onde também realizou estágio doutoral. Atua como professora da ESPM e dirige o Instituto Communication for Change. No artigo, respondeu pela idealização da investigação, coleta e revisão de artigos, redação e revisão final.

Data de submissão: 09/12/2022

Data de aceite: 14/04/2023