

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
MESTRADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

DANIEL AGUIAR DEDAVID

**PENSANDO A DESINFORMAÇÃO COM ESTUDANTES DAS ÁREAS DE  
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: UM ESTUDO COMPARADO NO BRASIL E NA  
ESPANHA À LUZ DAS COMPETÊNCIAS INFOCOMUNICACIONAIS E DA  
COMPETÊNCIA CRÍTICA EM INFORMAÇÃO**

**Porto Alegre**

**2023**

DANIEL AGUIAR DEDAVID

**PENSANDO A DESINFORMAÇÃO COM ESTUDANTES DAS ÁREAS DE  
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: UM ESTUDO COMPARADO NO BRASIL E NA  
ESPANHA À LUZ DAS COMPETÊNCIAS INFOCOMUNICACIONAIS E DA  
COMPETÊNCIA CRÍTICA EM INFORMAÇÃO**

Dissertação apresentada como requisito parcial ao Mestrado em Ciência da Informação, no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação – PPGCIN, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Orientadora: Profa. Dra. Jussara Borges

**Porto Alegre**

**2023**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Reitor: Prof. Dr. Carlos André Bulhões Mendes

Vice-Reitora: Profa. Dra. Patricia Pranke

**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Diretora: Profa. Dra. Ana Maria de Moura

Vice-Diretora: Profa. Dra. Vera Regina Schmitz

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

Coordenador: Prof. Dr. Thiago Henrique Bragato Barros

Coordenador Substituto: Prof. Dr. Moises Rockembach

**CIP - Catalogação na Publicação**

Dedavid, Daniel Aguiar

PENSANDO A DESINFORMAÇÃO COM ESTUDANTES DAS ÁREAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: UM ESTUDO COMPARADO NO BRASIL E NA ESPANHA À LUZ DAS COMPETÊNCIAS INFOCOMUNICACIONAIS E DA COMPETÊNCIA CRÍTICA EM INFORMAÇÃO / Daniel Aguiar Dedavid. -- 2023.

171 f.

Orientadora: Jussara Borges.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. Desinformação. 2. Competências infocomunicacionais. 3. Competência crítica em informação. 4. Estudantes - Brasil. 5. Estudantes - Espanha. I. Borges, Jussara, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

**Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO)**

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCIN)

Rua Ramiro Barcelos, 2705 - Campus Saúde - Porto Alegre - RS - CEP 90035-00 -

Telefone: (51) 3308.5067 - E-mail: ppgcin@ufrgs.br

DANIEL AGUIAR DEDAVID

**PENSANDO A DESINFORMAÇÃO COM ESTUDANTES DAS ÁREAS DE  
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: UM ESTUDO COMPARADO NO BRASIL E NA  
ESPANHA À LUZ DAS COMPETÊNCIAS INFOCOMUNICACIONAIS E DA  
COMPETÊNCIA CRÍTICA EM INFORMAÇÃO**

Dissertação apresentada como requisito parcial ao Mestrado em Ciência da Informação, no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação – PPGCIN, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Orientadora: Profa. Dra. Jussara Borges

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Jussara Borges - UFRGS  
Orientadora

---

Prof. Dr. Miguel Ángel Marzal García-Quismondo – UC3M  
Examinador

---

Prof. Dr. Arthur Coelho Bezerra – IBICT, UFRJ  
Examinador

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Marcia Heloisa Tavares de Figueredo Lima – UFRGS  
Examinadora

---

Prof. Dr. Rodrigo Silva Caxias de Sousa – UFRGS  
Examinador (suplente)

## **AGRADECIMENTOS**

Algumas pessoas estão comigo desde sempre e continuarão para sempre. Lorena, Carlos, Alexandre, Juliana: a base que me fez ser. Beta, desde muito e também para sempre. Esse núcleo vai comigo para todos os lugares.

A “família que a gente escolhe” também foi um apoio importantíssimo nessa jornada, com incentivos, encontros – e desencontros justificados. Essa pesquisa foi construída também na presença dos amigos, seja com um comentário despretensioso que traz novas ideias, seja com um cafezinho trazido ao mestrando enquanto os demais aproveitavam a praia. Vou destacar o nome que há mais tempo me acompanha: Antônio.

O grupo de pesquisa InfoCom me abriu uma porta ao que existe de mais importante na academia: companheirismo, seriedade, apoio mútuo. Pelo nome da Jussara, uma pessoa especialíssima, agradeço a todos os que conheci através do grupo.

A oportunidade de fazer um estágio no exterior proporcionou aprendizados muito além dos acadêmicos. Isso foi possível graças às pessoas que encontrei, às quais agradeço nomeando o professor Miguel Ángel.

O ensino superior público, de qualidade e gratuito é uma instituição que deve ser louvada e expandida, no Brasil e no mundo. Obrigado a quem batalhou e continua batalhando para que ela siga existindo.

*Todo esse processo de digitalização, desde os videogames até as identidades digitais, bancos digitais e tudo o que é executado por meio de software, computadores e aplicativos, portanto, todas essas coisas, o que isso fez foi mudar ou permitir que enquadrássemos esse momento histórico específico como significativamente diferente do tempo anterior à existência de todos esses sistemas digitais onipresentes. Portanto, a Era da Informação é equivalente ao Antropoceno, do ponto de vista da cultura do computador, da tecnologia do computador. O Antropoceno descreve o período da história em que a presença dos seres humanos é visível na paisagem geológica e ambiental do mundo, e a Era da Informação é o período em que os sistemas digitais são inevitáveis na experiência da vida cotidiana e na compreensão da sociedade.*

Miguel Sicart (NEW BOOKS NETWORK,

2023)

## RESUMO

A desinformação é um fenômeno tão complexo quanto pervasivo na atualidade, influenciando até mesmo os destinos políticos e sanitários de populações ao redor do mundo. A Ciência da Informação é uma das áreas que têm se debruçado sobre o tema e, nesta pesquisa, recorreremos às discussões sobre competências infocomunicacionais e sobre competência crítica em informação como guias teóricos e para análise de nossos estudos empíricos. Com o objetivo de investigar a percepção de alunos de cursos das áreas de Informação e Comunicação sobre o fenômeno da desinformação, realizamos entrevistas semiestruturadas com estudantes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em Porto Alegre, e da Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), em Getafe (Espanha). Os participantes cursavam as graduações de Biblioteconomia e Jornalismo, na UFRGS, e Gestión de la Información y Contenidos Digitales e Periodismo (ou Periodismo y Humanidades), na UC3M. Os entrevistados estudam matérias relacionadas com a desinformação, e futuramente devem atuar profissionalmente em áreas afetadas por tal fenômeno, inclusive com potencial de prevenção e combate. No total, 32 estudantes participaram da pesquisa, sendo oito de cada curso. Os depoimentos foram objeto de análise de conteúdo e análise de discurso. As informações e dados da pesquisa estimularam reflexões e confrontos com o referencial teórico. Entre os resultados, encontramos nas falas tanto uma percepção de possibilidade de protagonismo profissional como de limitações frente à complexidade e às forças motrizes da desinformação. A educação foi apontada, com diferentes enfoques, como um caminho para prevenir, enfrentar ou resistir a dinâmicas desinformacionais, em acordo com o defendido pelas duas vertentes teóricas basilares para esta pesquisa. Percebemos ainda uma abordagem mais focada na atuação individual, especialmente nos entrevistados em Getafe, do que as defendidas pelas referidas vertentes teóricas, influenciadas pela pedagogia crítica. O funcionamento das mídias sociais e os algoritmos foram pouco referidos, principalmente em Porto Alegre, como objetos relevantes para a análise do fenômeno. A maioria (91%) das pessoas que se identificaram como do gênero masculino se considerou preparada para lidar com a desinformação, em contraste com 33% das pessoas identificadas com o gênero feminino. De maneira geral, a atuação profissional independente, com recursos adequados, respaldo e segurança no emprego, foi mencionada como preocupação dos estudantes, especialmente para um trabalho adequado no que se refere à checagem, ao rigor e ao enfrentamento à desinformação. Além disso, profissionais das áreas de Comunicação, Informação e Educação, em atuação coletiva ou individual, foram amplamente referidos como atores sociais com papel chave para pensar e

agir sobre a desinformação e assuntos relacionados. Conclui-se que os estudantes estão atentos à desinformação como um desafio social e profissional, propondo abordagens envolvendo principalmente as mídias sociais e a atuação profissional rigorosa. Poucas vezes essa abordagem apontou para questões estruturais (políticas ou econômicas) do ecossistema desinformativo viabilizado nessas mídias, o que pode indicar a necessidade de maior consciência crítica nesse aspecto.

**Palavras-chave:** Desinformação. Competências infocomunicacionais. Competência crítica em informação. Estudantes – Brasil. Estudantes – Espanha.

## RESUMEN

La desinformación es un fenómeno tan complejo como generalizado en la actualidad, influyendo incluso en el destino político y sanitario de poblaciones en todo el mundo. La Ciencia de la Información es una de las áreas que han abordado este tema y, en esta investigación, recurrimos a debates sobre competencias infocomunicacionales y sobre competencia crítica en información como guías teóricas y para analizar nuestros estudios empíricos. Con el objetivo de investigar la percepción de los alumnos de los cursos de Información y Comunicación sobre el fenómeno de la desinformación, realizamos entrevistas semiestructuradas a estudiantes de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS), en Porto Alegre, y de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), en Getafe (España). Los participantes estudian Biblioteconomía y Periodismo en la UFRGS, y Gestión de la Información y Contenidos Digitales y Periodismo (o Periodismo y Humanidades) en la UC3M. Los entrevistados estudian materias relacionadas con la desinformación, y en el futuro deberán dedicarse profesionalmente a áreas afectadas por este fenómeno, incluso con posibilidades de prevenirlo y combatirlo. Un total de 32 estudiantes participaron en la encuesta, ocho de cada grado. Las respuestas se sometieron a análisis de contenido y análisis del discurso. Las informaciones y datos de la investigación estimularon reflexiones y confrontaciones con el marco teórico. Entre los resultados, encontramos tanto la percepción de la posibilidad de protagonismo profesional como las limitaciones frente a la complejidad y los motores de la desinformación. La educación fue identificada, con diferentes enfoques, como una forma de prevenir, enfrentar o resistir a las dinámicas de desinformación, en consonancia con lo defendido por las dos vertientes teóricas que fundamentan esta investigación. También observamos un enfoque más centrado en la acción individual, especialmente entre los entrevistados en Getafe, que en los defendidos por las corrientes teóricas mencionadas, influidas por la pedagogía crítica. El funcionamiento de las redes sociales y los algoritmos apenas fueron mencionados, especialmente en Porto Alegre, como objetos relevantes para analizar el fenómeno. La mayoría (91%) de los que se identificaron como hombres se consideraron preparados para hacer frente a la desinformación, en contraste con el 33% de los que se identificaron como mujeres. En general, la actuación profesional independiente, con recursos adecuados, respaldo y seguridad laboral, fue mencionada como una preocupación por los estudiantes, especialmente para un trabajo adecuado en términos de comprobación, rigor y confrontación de la desinformación. Además, los profesionales de las áreas de Comunicación, Información y Educación, actuando colectiva o individualmente,

fueron ampliamente mencionados como actores sociales con un papel clave a la hora de reflexionar y actuar sobre la desinformación y temas relacionados. Se puede concluir que los estudiantes son conscientes de la desinformación como un desafío social y profesional, proponiendo enfoques que implican principalmente a las redes sociales y a una práctica profesional rigurosa. Pocas veces este enfoque apuntó a cuestiones estructurales (políticas o económicas) en el ecosistema de desinformación posibilitado por estos medios, lo que puede indicar la necesidad de una mayor conciencia crítica al respecto.

**Palabras-clave:** Desinformación. Competencias infocomunicacionales. Competencia crítica en información. Estudiantes – Brasil. Estudiantes - España.

## ABSTRACT

Disinformation is a phenomenon as complex as it is pervasive nowadays, influencing even the political and health destinies of populations around the world. Information Science is one of the areas that have addressed this issue and, in this research, we resorted to the discussions on infocommunicative literacy and critical information literacy as theoretical guides and for the analysis of our empirical studies. In order to investigate the perception of students from Information and Communication degrees about the phenomenon of mis/disinformation, we conducted semi-structured interviews with students from the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS), in Porto Alegre, and the Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), in Getafe (Spain). The participants were majoring in Librarianship and Journalism at UFRGS, and in Management of Information and Digital Contents and Journalism (or Journalism and Humanities) at UC3M. The interviewees are studying subjects related to mis/disinformation, and in the future should work professionally in areas affected by this phenomenon, including the potential to prevent and combat it. In total, 32 students participated in the survey, eight from each course. The statements were subject to content analysis and discourse analysis. The information and data from the research stimulated reflections and confrontations with the theoretical referential. Among the results, we found in the statements both a perception of the possibility of professional protagonism and of the limitations in face of the complexity and the driving forces of mis/disinformation. Education was pointed out, with different approaches, as a way to prevent, confront or resist the dynamics of misinformation, in agreement with what is defended by the two basic theoretical aspects of this research. We also noticed an approach more focused on individual action, especially in the interviewees in Getafe, than those defended by the aforementioned theoretical strands, influenced by critical pedagogy. The functioning of social media and algorithms were hardly mentioned, especially in Porto Alegre, as relevant objects for the analysis of the phenomenon. The majority (91%) of the people who identified themselves as male considered themselves prepared to deal with mis/disinformation, in contrast with 33% of the people who identified themselves as female. In general, the independent professional performance, with adequate resources, support and job security, was mentioned as a concern by the students, especially for an adequate work regarding checking, rigor and confrontation of mis/disinformation. In addition, professionals in the fields of Communication, Information and Education, acting collectively or individually, were widely mentioned as social actors with a key role in thinking and acting on mis/disinformation and related issues. In conclusion, students are aware of mis/disinformation

as a social and professional challenge, proposing approaches mainly involving social media and rigorous professional practice. Few times this approach pointed to structural issues (political or economic) of the mis/disinformation ecosystem made possible in these media, which may indicate the need for greater critical awareness in this aspect.

**Keywords:** Disinformation. Misinformation. Infocommunicative literacy. Critical information literacy. Students – Brazil. Students – Spain.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 CONFORMAÇÃO DA PESQUISA.....	18
2.1 Delimitação do tema e problema de pesquisa.....	18
2.2 Objetivos.....	21
2.3. Justificativa.....	22
3 DESINFORMAÇÃO NOS ANOS 2020.....	26
3.1 Digitalização da vida.....	26
3.2 Digitalização das práticas informacionais e da política.....	30
3.3 Enganação mediada por computador.....	43
4 COMPETÊNCIAS.....	51
4.1 Competências, alfabetizações, letramentos (midiáticos, noticiosos, digitais, infocomunicacionais) e sua relação com a educação.....	51
4.2 Mídias sociais, vigilância, autonomia: uma perspectiva crítica.....	57
4.3 Competência Crítica em Informação.....	60
4.4 Competências Infocomunicacionais.....	63
5 PERCURSO METODOLÓGICO.....	67
5.1 Pesquisa e escrita acadêmica em tempos de inteligência artificial gerativa.....	67
5.2 Percurso em etapas: teoria e campo.....	70
5.3 Tipo de Pesquisa.....	72
5.4 Instrumento de Coleta de Dados.....	72
5.5 Sujeitos e espaço da pesquisa.....	78
5.6 Procedimentos.....	83
5.7 Planos Acidentados – comentários sobre o campo.....	85
5.7.1 Locais estrangeiros: diferentes estratégias e cenários.....	86
5.7.2 Gente em contato: a primeira impressão é a que fica? Notas sobre a relação entrevistado-entrevistador.....	88
5.7.3 Surpresas de campo.....	89
5.8 Análise de Dados.....	91
6 RESULTADOS EMPÍRICOS.....	94
6.1 As grandes questões e desafios da Informação e da Comunicação hoje.....	98
6.2 “A própria Universidade, o próprio ambiente acadêmico não entendeu o que tá acontecendo ainda. Não sei se alguém entendeu”.....	109
6.2.1 Mais homens e mais estudantes da UC3M se disseram preparados para lidar com a desinformação.....	110
6.2.2 O que é desinformação?.....	117
6.3 O que fazer? Quem? Como?.....	124
6.3.1 “La palabra censura suena muy fea, pero...”.....	131
6.3.2 Mídia tradicional vs novas mídias.....	133
6.3.3 Desigualdade à brasileira.....	136
6.4 A raiz do problema.....	139
6.5 Riqueza na raridade.....	153
6.6 Perguntas sugeridas por entrevistados.....	154
6.7 Algoritmos.....	158
7. CONCLUSÃO.....	163
REFERÊNCIAS.....	167

## 1 INTRODUÇÃO

A organização de pessoas em torno de um mundo compartilhado de saberes e crenças é o objeto amplo de estudo de diversas áreas de conhecimento. Esse mundo compartilhado tanto determina quanto é determinado pela maneira como os grupos humanos lidam entre si e com a materialidade do planeta, cada qual com sua cultura, fundando uma economia que é exercida num espaço geográfico ao longo da história.

Animais como os lobos e os chimpanzés vivem numa realidade dupla. Por um lado, estão familiarizados com entidades objetivas externas, como árvores, rochas e rios. Por outro, estão cientes de experiências subjetivas que ocorrem dentro deles, como medo, satisfação e desejo. Os *Sapiens*, em contrapartida, vivem numa realidade com três camadas. Em acréscimo a árvores, rios, medos e desejos, o mundo *Sapiens* também contém histórias sobre dinheiro, deuses, nações e corporações. Com o desenrolar da história, cresce o impacto de deuses, nações e corporações em detrimento de rios, medos e desejos. (HARARI, 2016, p. 163).

Segundo Harari (2016), esta terceira camada de realidade, a *realidade intersubjetiva*, é esse mundo de saberes e crenças que governa muitas das nossas ações e relações. Esse mundo pode ser estudado com diferentes enfoques pela Filosofia, Antropologia, Economia, Geografia e, entre outras, pela Ciência da Informação (CI). A realidade intersubjetiva exige a comunicação entre pessoas, sendo portanto fruto de processos de informação. Como disseram Weber e Stumpf (2015, p. 14),

[...] Informação e Comunicação interferem diretamente no modo de entender, registrar e intervir no mundo, num processo contínuo e indispensável para qualquer área do conhecimento e atividade humana. Como tal, determinam o acesso às coisas do mundo, assim como indicam como a ele pertencer, num processo permanente para tornar visíveis os acontecimentos, coisas e sujeitos.

O “objeto” informação, ousamos dizer, é o insumo da criação da realidade intersubjetiva. E, dada sua importância na sociedade moderna, “não é surpreendente que [a informação] seja estudada, sob vários pontos de vista, por diversas disciplinas [...]” (BUCKLAND, 2017, p. 10, tradução nossa<sup>1</sup>). Mas, segundo o mesmo autor, a Ciência da Informação é a única disciplina que tem a informação como seu objeto de interesse exclusivo.

A história e a pré-história da Ciência da Informação têm a ver com a busca por melhores maneiras de trabalhar com a informação, ou, em outras palavras, de exercer controle sobre ela<sup>2</sup>. Este controle é, por um lado, técnico, mas também é político, pois o controle sobre

1 “[...] it is not surprising that it is studied, from various points of view, by a number of disciplines, [...]”

2 Rendón Rojas (2020, p. 63) relaciona a “origem pré-científica” das disciplinas informativo-documentais com o surgimento do registro da linguagem em “signos e materiais perduráveis”: “Al contar con esos preciosos instrumentos que resguardaban al principio transacciones comerciales, después momentos históricos de trascendencia para la comunidad, y finalmente su memoria, su cultura, su identidad, se procedió a recopilar

a informação tem implicações sobre as pessoas e sobre o mundo. A **desinformação**, especialmente quando é uma criação proposital (*disinformation*, conforme discutido no [capítulo 3.3](#)), insere-se neste contexto, de tentativa de influir no mundo através de conteúdo enganoso. Embora presente na história da humanidade desde muito tempo, a desinformação agora toma uma nova proporção na sua versão digital, com a presença global da infraestrutura que permite sua existência. Há mais de vinte anos, Milton Santos já falava das técnicas<sup>3</sup> da informação, hegemônicas no mundo globalizado: “Na história da humanidade é a primeira vez que tal conjunto de técnicas envolve o planeta como um todo e faz sentir, instantaneamente, sua presença.” (SANTOS, 2021, p. 32).

A discussão sobre os desafios (des)informativos recentes ganha contribuições de diversas áreas das ciências humanas. Na Ciência da Informação, inclui outros temas relacionados, como infodemia, *fake news*, polarização, crise no sistema de especialistas<sup>4</sup> (temas discutidos adiante, especialmente no subcapítulo [3.2 Digitalização das práticas informativas e da política](#)). O apontamento de possíveis soluções para estes desafios pode ser categorizado de diversas maneiras: pelo seu enfoque (na produção ou emissão de informação, nos meios ou mídias, no consumo ou recepção da informação), pelo agente ou iniciativa principal (o Estado, ou a iniciativa pública; as plataformas, ou a iniciativa privada; os consumidores, ou cidadãos), pela área de atuação (jurídica, regulatória, econômica, educativa). Essas classificações, detalhadas no [subcapítulo 3.3](#), serão uma das bases para a [análise teórica](#) realizada na primeira etapa deste trabalho e para a [análise de dados empíricos](#) coletados em campo, através de entrevistas com [estudantes de graduação](#) das áreas da Informação e da Comunicação.

A desinformação depende de um erro ou engano no processo de recepção ou consumo (discussão desenvolvida a partir da [subcapítulo 2.1](#)). Ou seja, só há desinformação quando alguém não se dá por conta, ao receber ou consumir um conteúdo, de que ele não é verídico, confiável. Isso não quer dizer que os sujeitos individualmente devam ser responsabilizados ou carregar o ônus de enfrentar o problema, mas que devemos estar atentos, por exemplo, à importância da educação, do desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes

---

los documentos más significativos, conservarlos y resguardarlos en un sitio especial bajo el cuidado de personajes también especiales. Es en ese momento que situamos el origen de manera incipiente, precientífico, de tres de esas disciplinas: archivística, bibliotecología y museología [...]”.

3 A técnica é um conceito importante na obra de Milton Santos. Em [uma entrevista](#), definiu-a brevemente como “a relação do homem com o entorno”.

4 Tal crise, na área da Informação, é reconhecida por Sorj et al (2018, p. 11) quando relatam a “implosão do sistema de informação profissional”; e por Bezerra e Almeida (2020, p. 7-8), quando mencionam os “*expert systems*” de Giddens para comentar a perda de status do jornalismo como um desses sistemas nos quais as pessoas depositam sua confiança. No caso exemplificado por Bezerra e Almeida, os editores profissionais humanos foram substituídos por algoritmos, supostamente livres do viés ideológico que os humanos têm.

perante a informação. Mas não apenas uma educação focada nos indivíduos, tecnicista, para encontrar, avaliar e usar informação, como era o foco tradicional da Competência em Informação (CoInfo). Segundo Brisola e Doyle (2022), a definição de 2016 de competência em informação da *Association of College and Research Libraries* (ACRL) mostra que esse foco tecnicista foi se alargando, até incorporar o caráter contextual e socialmente construído da CoInfo. Este alargamento se deu por conta de “debates propostos, entre outros, pelo movimento da CCI [Competência Crítica em Informação]” (BRISOLA; DOYLE, 2022, p. 80).

Esta dissertação fundamenta-se principalmente em duas correntes teóricas e práticas que auxiliaram no mencionado alargamento: as [Competências Infocomunicacionais](#) e a [Competência Crítica em Informação](#). Portanto, é herdeira da Pedagogia Crítica e defende uma abordagem emancipatória sobre a desinformação. Como mencionado acima, consideramos que há diferentes enfoques, agentes e áreas de atuação para melhor compreender e, eventualmente, enfrentar o fenômeno da desinformação. Essa multiplicidade de atores vai além de um saber operacional e individual no consumo ou difusão de (des)informação, trazendo também um viés crítico e político à questão. Enquanto é comum que abordagens da CoInfo à desinformação enfatizem a capacidade de identificar informação falsa ou enviesada, as Competências Infocomunicacionais (InfoCom) expandem a abordagem para uma preocupação com a comunicação e com as atitudes junto aos grupos dos quais se participa (há, por exemplo, quem identifique a falsidade ou suspeição de informações e as repasse assim mesmo, por atender a algum interesse seu). Na mesma direção das InfoCom, a CCI destaca a criticidade e um posicionamento político a favor da emancipação das pessoas. É principalmente com esses referenciais que esta pesquisa foi desenvolvida.

Pretendeu-se, neste trabalho, investigar a desinformação como um fenômeno que se intensifica e ganha novas características com a [digitalização das práticas informacionais e da política](#). Mas, principalmente, a maneira como a educação para a informação, baseada na competência crítica em informação e nas competências infocomunicacionais, podem fazer frente ao desafio descrito no capítulo [3 \(Desinformação nos anos 2020\)](#). A pesquisa teórica e empírica objetivaram contribuir no entendimento da desinformação, a partir tanto da leitura de estudos recentes como da conversa com estudantes que debateram, debatem e debaterão sobre o assunto em sua trajetória acadêmica e profissional. Espera-se que esta contribuição faça diferença para a construção de ambientes informacionais e, portanto, sociais mais saudáveis, mantidos participativamente por pessoas criticamente engajadas.

A [população estudada](#) na etapa empírica deste trabalho é composta por estudantes de

universidades de Porto Alegre (Brasil) e Madrid (Espanha) prestes a se graduarem nas áreas de Informação e Comunicação. Por serem futuros profissionais e pesquisadores dessas áreas, também se imagina que estejam mais atentos e preparados para compreender a desinformação, assim como para vislumbrar possibilidades de atuar frente ao fenômeno no seu dia a dia profissional. E, como disse a entrevistada P5H<sup>5</sup>, “a educação não deixa de ser o futuro da sociedade”<sup>6</sup>.

Com o objetivo de **investigar a percepção de alunos de cursos das áreas de Informação e Comunicação sobre o fenômeno da desinformação**, este trabalho está estruturado em sete capítulos. O seguinte, [2 Conformação da Pesquisa](#), traz a delimitação do tema e problema de pesquisa, os objetivos e a justificativa. Já os capítulos 3 e 4 são teóricos: [3 Desinformação nos anos 2020](#) e [4 Competências](#). No capítulo 5, é apresentado o [Percurso Metodológico](#), com uma reflexão sobre a escrita acadêmica em tempos de inteligência artificial gerativa e com o detalhamento das etapas teórica e de campo. Os [Resultados Empíricos](#) são trazidos no capítulo 6, e a [Conclusão](#) é o capítulo 7.

---

5 Estudante de *Periodismo e Humanidades* com quem conversamos em Getafe, como detalhado nos capítulos 5, sobre o percurso metodológico, e 6, sobre os resultados

6 “la educación no deja de ser futuro de la sociedad”, P5H na resposta 8.

## 2 CONFORMAÇÃO DA PESQUISA

A escrita acadêmica desenvolveu-se, historicamente, em torno de características que foram também atribuídas ao livro impresso, como o caráter fixo, estável, amarrado e finalizado (ADEMA, 2021). Apesar disso, pode-se dizer que a pesquisa é “processual, embora também precise necessariamente ser amarrada e cortada em algum momento para que possamos dar sentido a ela” (ADEMA, 2021, [documento digital](#), tradução nossa<sup>7</sup>)<sup>8</sup>. Este capítulo traz a amarração e o corte atual da [delimitação do tema, do problema de pesquisa](#), dos [objetivos](#) e da [justificativa](#) do trabalho.

### 2.1 Delimitação do tema e problema de pesquisa

Vivemos cada vez mais num contexto em que não só a busca e o uso da informação, mas o diálogo e a negociação são caracterizados (e muitas vezes dificultados) pelas dinâmicas do onipresente *online*. “A internet não é apenas um instrumento: ela reconfigurou a forma como as pessoas estruturam suas redes de relações e as utilizam para resolver problemas, aprender, tomar decisões e dar apoio aos outros.” (ZANINI, 2018, p. 229).

Nesse movimento, as competências para busca, troca, produção e consumo crítico de informações ganham importância, ao mesmo tempo em que desigualdades do mundo *offline* tendem a se repetir ou mesmo se acentuar no *online*. Restrições ao acesso e de letramentos<sup>9</sup> pesam cada dia mais, quando existe um movimento de subida<sup>10</sup> do trabalho, do estudo, do entretenimento às “nuvens” da internet – movimento acelerado no contexto da pandemia de COVID-19. O conceito de fosso digital (*digital divide*, em inglês) diz respeito a essa desigualdade de acesso e de letramentos. Segundo a National Communication Association, o termo, cuja origem costuma ser atribuída a Lloyd Morrisett, “[...] se refere às barreiras econômicas, geográficas e de competência em informação que limitam o uso da tecnologia.” (NATIONAL..., 2014, não paginado, tradução nossa<sup>11</sup>).

O entendimento sobre o que representa esse fosso digital evoluiu de uma noção de

7 “In this respect, it might be more useful to start thinking beyond dialectical oppositions such as bound/unbound and fixed/fluid, and to explore the idea of research being processual— although it also necessarily needs to be bound and cut at some point for us to make sense of it.”

8 Uma reflexão mais alongada sobre o assunto foi realizada em [5.1 Pesquisa e escrita acadêmica em tempos de inteligência artificial gerativa](#)

9 “Letramento” é uma das traduções possíveis para a palavra inglesa *literacy*, ao lado de “alfabetismo” e “competência”. Inicialmente aplicado para as capacidades de ler e escrever, com o tempo o conceito foi evoluindo para englobar “leituras e escritas” em diferentes mídias, com diferentes finalidades, conforme discutido no capítulo [4.1 Competências, alfabetizações, letramentos](#).

10 Tradução de *upload*, a gravação ou cópia de dados à internet

11 “For NCA, the term refers to the economic, geographic, and information literacy barriers that limit use of technology”

desigualdade de acesso a equipamentos e sinal de internet até significar uma desigualdade de habilidades técnicas, sociais e críticas (SORJ, 2008; BORGES, 2013). Essas habilidades, por sua vez, relacionam-se com o que Borges (2011, 2013) definiu como “competências infocomunicacionais”: um conceito que reúne *literacies* digitais e informacionais, chamando a atenção para a importância do aspecto comunicativo. Em 2018, Borges (p. 125) referiu às competências infocomunicacionais como a “convergência de conhecimentos (saber), habilidades (saber-fazer) e atitudes (saber-ser) que se deseja desenvolver frente à informação e à comunicação ao longo de um processo de alfabetização informacional”.

A promoção de competências infocomunicacionais pode auxiliar no desenvolvimento de autonomia dos indivíduos, que assim fariam melhor uso das possibilidades técnicas, considerando também “as dimensões éticas, estéticas e políticas que evidenciam tanto [a] vertente social quanto democrática” dos saberes informacionais (BRANDÃO, 2022, p. 22). Quando atenta para a competência em comunicação, esta linha destaca a importância de o sujeito “ouvir e compreender outras perspectivas que não a sua, mas também expressar-se de forma crítica e consciente, com argumentos racionais e fundados, compreendendo a circulação de ideias como um processo saudável e necessário à convivência em sociedade” (BRANDÃO, 2022, p. 23). Este destaque ao processo dialógico também pode promover uma conscientização sobre questões enfrentadas no contexto digital, que hoje é o espaço em que muitas das relações intersubjetivas se dão<sup>12</sup>.

Uma dessas questões é a **desinformação**, um tipo de informação<sup>13</sup> que engana o público. Na verdade, uma *falha* ou *erro* do usuário/consumidor/receptor é condição necessária para a desinformação. Este erro é deliberadamente explorado por atores interessados, especialmente no caso da difusão de *disinformation* (o que ficou bastante evidente, por exemplo, nos últimos processos eleitorais no Brasil). Esta noção de erro está implícita quando falamos sobre competências ou letramentos como sinônimo de o que uma sociedade espera ou exige de um indivíduo num determinado momento (como discutido no subcapítulo 4.1 Competências, alfabetizações, letramentos). Ou seja, se encontrasse uma pessoa *competente* em informação, a desinformação não vingaria. Mas não acreditamos nesta dicotomia competente/incompetente. Concordamos com Brisola (2021, p. 120-121, grifo nosso) quando diz que

A crítica investe na conscientização de que a informação é socialmente construída; que **as pessoas não se tornam competentes, mas aprendem o hábito de**

12 Uma discussão sobre a intersubjetividade é realizada na [Introdução](#) e no capítulo [3.1 – Digitalização da Vida](#)

13 “Hoje parece ser consenso entre a maioria dos pesquisadores que a desinformação é uma informação, envolvendo sua complexidade e atributos.” (HELLER; JACOBI; BORGES, 2020, p. 201).

**questionar** as origens, interesses e contextos da produção e disseminação da informação, de uma maneira cumulativa e sempre em construção.

A visão dicotômica competente vs incompetente, presente em discussões do dia a dia, tende a responsabilizar os indivíduos pela desinformação, como pessoas despreparadas ou ingênuas, e também causa a ilusão de que a vítima da desinformação é sempre *um outro*, ignorante ou manipulável, que *cai em fake news*. Uma pessoa competente ou educada para informação seria, nesta visão, alguém supostamente imune a desinformação. Mas a desinformação atinge todos os recortes sociais: estudo sobre *fake news* científicas realizado com 232 sujeitos e publicado em 2020 mostrou que o percentual de respondentes que “tendia a não acreditar” em conteúdo falso variava de 43% dentre os com Ensino Fundamental a 58% dentre os com pós-graduação (GOMES; PENNA; ARROIO, 2020).

É possível pensar o fenômeno da desinformação de diversas maneiras, assim como é possível atacá-lo com diferentes enfoques. Os sujeitos como usuários, consumidores, receptores de (des)informação são o foco de grande parte das ações de combate à desinformação. E faz sentido que sejam não apenas porque sem uma *falha* na recepção não existe desinformação, mas porque todos exercemos esse papel, de consumidores de informação. Sim, a regra a partir da Web 2.0 é que os consumidores também produzam, sendo prosumidores<sup>14</sup>, mas neste momento enfatizamos o indivíduo no momento da recepção da informação, como alguém que pode ser *enganado* por uma desinformação, sendo essencial a falha na recepção para existir desinformação (ver mais em 3.3 – Enganação mediada por computador). O que não significa que não se possa e deva atuar contra a desinformação em outras frentes, como a mediação e a produção, como evidenciado no subcapítulo 3.3, especialmente no Quadro 1.

A promoção de competências envolve, muitas vezes, a promoção da conscientização, de postura crítica, que tem o potencial para preparar as pessoas não apenas a identificarem informação enganosa, mas para atuarem também de maneira mais sistêmica, comunitária (BRANDÃO, 2022; BEZERRA, 2021).

Uma competência em informação que esteja atenta aos desafios atuais deve promover também uma atuação em prol de ambientes informacionais mais saudáveis, transparentes. Tais horizontes estão presentes nas correntes teóricas das competências infocomunicacionais,

---

14 Alvin Toffler, em seu livro *The Third Wave* (1980), fala sobre a dupla função de produtores e consumidores, ou prosumidores, que predominava numa primeira onda da economia (antes da revolução industrial). Com a segunda onda, a maior parte da atividade econômica medida e reconhecida como tal foi destinada a trocas, ao comércio. Segundo ele, uma terceira onda viria retomar a tendência prosumidora, aumentando a importância de atividades não voltadas à troca, mas ao consumo próprio. No contexto da internet, o prosumo é vinculado à ideia da Cultura Participativa (JENKINS, 2009b).

quando, por exemplo, defendem a promoção da educação para informação como política pública (HELLER; JACOBI; BORGES, 2020), e da competência crítica em informação, quando, por exemplo, defende uma conscientização de inspiração freiriana (BEZERRA, 2020; 2021).

É neste espaço de interlocução entre as competências infocomunicacionais, a desinformação e a consciência crítica que este trabalho se desenvolve. Partimos do entendimento de que as competências infocomunicacionais e a competência crítica em informação podem auxiliar a compreender e combater a desinformação.

Assim, esta pesquisa propõe uma investigação teórica e empírica, em conjunto com estudantes dos cursos de graduação de Jornalismo e Biblioteconomia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e dos cursos de *Periodismo* e *Gestión de la Información y Contenidos Digitales* (doravante GICD) na Universidad Carlos III de Madrid (UC3M). Este público foi escolhido por representar o futuro do exercício profissional e/ou acadêmico em áreas que lidam diretamente com a desinformação. Apesar de existirem outros cursos relacionados com o tema, especialmente nas grandes áreas de Comunicação e Informação, esses quatro cursos foram eleitos por permitirem uma comparação entre os contextos das duas instituições, já que são bacharelados análogos, ou semelhantes, em currículo e atuação profissional: Jornalismo e Periodismo; Biblioteconomia e GICD. Tais cursos promovem, direta ou indiretamente, a discussão sobre temas caros a esta pesquisa, como desinformação, competências em informação e em comunicação.

A escolha de realizar a pesquisa de campo em uma universidade brasileira e outra espanhola pode ser justificada pelo fato de os respondentes destes dois países da pesquisa Digital News Report de 2021 e de 2022 estarem entre os mais preocupados com a desinformação, conforme detalhado em 2.3 Justificativa (VARA MIGUEL, 2021).

Neste contexto, **como os estudantes de graduação das áreas de Informação e Comunicação dialogam com as compreensões sobre a desinformação e sobre o seu combate?**

## 2.2 Objetivos

Para pôr em diálogo os conceitos-chave desta pesquisa, pretendeu-se estudar as percepções de futuros profissionais (e eventualmente pesquisadores) das áreas de Comunicação e Informação sobre a desinformação, especialmente no que diz respeito a estratégias de enfrentamento do problema, numa perspectiva comparada entre as duas universidades, de diferentes países e contextos socioculturais, e entre diferentes cursos.

Assim, o objetivo geral deste trabalho é **investigar a percepção de alunos de cursos das áreas de Informação e Comunicação sobre o fenômeno da desinformação.**

Os objetivos específicos são:

- a) analisar as abordagens à desinformação, principalmente a partir das vertentes das competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação;
- b) verificar se existem diferenças significativas entre os discursos dos estudantes dos cursos e universidades estudadas em relação à percepção sobre a desinformação;
- c) comparar as perspectivas sobre a desinformação indicadas na literatura com a percepção dos sujeitos da pesquisa

### 2.3. Justificativa

Esta pesquisa se insere na linha de pesquisa Informação e Sociedade do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCIN/UFRGS), na medida em que pretendeu analisar relações entre desinformação, competências infocomunicacionais e competência crítica em informação. Esta análise diz respeito a “fenômenos que atuam na sociedade a partir da sua relação com a informação” e discute “aspectos éticos, culturais e sociais do fluxo informacional em ambientes, contextos sociais e institucionais diversos.” (PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - UFRGS, 201-?, não paginado). O tema e a abordagem deste trabalho também se inserem no que Freire (2020, p. 6) destaca como uma preocupação corrente da Ciência da Informação brasileira: sua dimensão social e humana.

Atualmente, nos últimos vinte anos, especialmente no Brasil, surgiu uma preocupação com a dimensão social e humana da Ciência da Informação [...]. Essa emergência de novas temáticas de estudos relacionadas às áreas sociais e humanas no escopo da Ciência da Informação é muito importante porque possibilita que se desenvolva todo um aparato cognitivo para refletir sobre a sociedade, sobre pensar, sobre a necessidade de construção de um pensamento crítico. (FREIRE, 2020, p. 6).

O autor do presente trabalho teve a oportunidade de vivenciar os primeiros anos da popularização da internet comercial no Brasil, no final da década de 1990, e de acompanhar o otimismo da época com as possibilidades que a rede oferecia. O contato quase instantâneo com pessoas de locais e culturas diversas, com o imediatismo que o jargão chamava de “comunicação em *tempo-real*”, era uma das causas de maravilhamento. Acesso a documentos, informações e pessoas antes inimagináveis se abria como uma possibilidade. E o funcionamento da internet tinha características diferenciadas, como a descentralização da

infraestrutura da rede e a transformação de cada usuário num emissor com potencial de atingir um grande público. Tais novidades impuseram o surgimento de novos paradigmas de consumo (e produção, ou “prossumo”) e de estudo.

A preocupação pelo “usuário” só se iniciou no final do século XX, com a descentralização da informação causada pela eletricidade, aprofundada pela revolução informática, a popularização da internet e a aparição da linguagem hipertextual. (BERRÍO-ZAPATA, 2016, p. 136, tradução nossa<sup>15</sup>).

Ao longo desses pouco mais de 20 anos, a evolução da rede trouxe novas possibilidades, mas também novos problemas, como a desinformação e o acesso desigual à rede (por exemplo, com os planos limitados, que liberam apenas alguns aplicativos através do *zero rating*, prática que fere o princípio da neutralidade da rede<sup>16</sup>). A multiplicação desses problemas em torno de uma tecnologia que antes era vista mais pelo viés dos seus potenciais acabou causando o que Leonardo Foletto (2018) chama de “Ressaca da Internet”:

Depositamos tantas possibilidades de libertação (da informação, confrontando grandes grupos midiáticos; de liberdade de falar o que bem quiser; de criar tecnologias e mundos novos) que nos descuidamos, ou não conseguimos, prestar atenção na ascensão dos monopólios das empresas de tecnologia, na construção de bolhas de informação que confirmam pontos de vista e na cada vez mais real possibilidade de a internet virar uma TV a cabo, com o já proclamado fim da neutralidade da rede. (FOLETTTO, 2018, não paginado).

Muita da esperança depositada na rede também veio de movimentos como o do software livre, que defende o direito ao uso, ao estudo, à cópia e à modificação de programas de computador, em benefício comunitário (SOFTWARE LIVRE, 2022). Esse movimento representa a resistência à privatização e à restrição de direitos baseada na compra ou assinatura de permissões de uso de aplicativos e sistemas. Advogando há mais de 30 anos pela causa, Geert Lovink, autor de “Sad by Design” lamenta o aprisionamento, a falta de opção aos grandes monopólios ou oligopólios que dominam as infraestruturas materiais e lógicas da comunicação digital. Em entrevista ao podcast *New Books in Communications* (2022), Lovink disse:

Acho que as pessoas sentem que estão realmente presas, que realmente não podem ir para outro lugar, na ideia capitalista clássica da escolha do consumidor (se você não gosta disso... se não gosta da tristeza, é só fazer outra coisa). [...] Infelizmente, não foi bem assim, então, esse fechamento, a dependência, a ideia de que todos os seus

15 “La preocupación por “el usuario” sólo se inició a finales del siglo XX, con la descentralización de la información causada por la electricidad, profundizada por la revolución informática, la popularización de internet y la aparición del lenguaje hipertextual (McLuhan, 1995; Rayward, 1994).”

16 Descrito no Art. 9º do [Marco Civil da Internet](#) (Lei nº 12,965, de 23 de abril de 2014): “O responsável pela transmissão, comutação ou roteamento tem o dever de tratar de forma isonômica quaisquer pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação”.

amigos e familiares e oportunidades de negócios, coisas relacionadas ao trabalho, estão lá e você não pode simplesmente se afastar disso, não pode simplesmente dizer "não me importo". Mesmo que você não se importe mais com seus amigos ou familiares, a sociedade pedirá que você faça login no Facebook ou no Google e assim por diante. Portanto, há todos os tipos de necessidades formais que o manterão lá. E a tristeza surge no momento em que você sente que não tem para onde ir. [...] Venho do movimento social, e queríamos acreditar que existem subculturas, que existe um *underground*, uma *darkweb*, possibilidades alternativas, que desenvolvemos software de código aberto e software livre para fazer a diferença. Então é daí que venho, é o que venho fazendo há 30, 40 anos. Tenho que responder sua pergunta de forma muito honesta. Acreditávamos que havia outra Internet possível. E, ao longo do caminho, tivemos que descobrir que esses mensageiros, esses aplicativos, o que quer que tenhamos desenvolvido, eram completamente incapazes de competir com o poder da plataforma. (NEW BOOKS IN COMMUNICATIONS, 2022, não paginado, transcrição e tradução nossa<sup>17</sup>).

Esses problemas vêm acompanhados da desigualdade, representada pelo fosso digital (*digital divide*) que separa as pessoas primeiro entre as que têm acesso e as que não têm. Depois, entre as que têm acesso ilimitado e as que têm acesso restrito (por exemplo, somente no *Wi-Fi* da escola). E, por último, entre as que têm mais ou menos oportunidades de desenvolver suas competências infocomunicacionais.

Em diálogo com este último item, cabe mencionar que o Parlamento Europeu define como “Competência Digital” o “uso seguro e crítico das tecnologias da informação para o trabalho, o lazer e para a comunicação”, considerando-a como uma das competências essenciais para formação ao longo da vida no contexto da *Media Literacy*<sup>18</sup> (SILVA e BEHAR, 2019, p. 8). Já para ilustrar o “primeiro fosso” digital (acesso à internet ou não), é bastante elucidativa a comparação feita por Guilherme Felitti (2020) no primeiro ano da pandemia de COVID-19: havia mais brasileiros abaixo da linha da miséria do que brasileiros que podiam trabalhar remotamente, pela internet.

Segundo a PNAD Covid divulgada em julho pelo IBGE, o número total de brasileiros que conseguem continuar trabalhando de casa durante a pandemia, em uma rotina parecida com a do escritório, é de 8,7 milhões, ou 12,5% da força de trabalho. Vamos voltar a um dado da FGV sobre miséria. Em maio de 2020, a

17 “I think that people feel that they’re really entrapped, that they really can’t go somewhere else, in the classic capitalist idea of the consumer choice (if you don’t like this... if you don’t like sadness, you just do something else hehe). [...] Unfortunately it wasn’t quite like that, so, this enclosures, the dependency, the idea that all your friends and family and business opportunities, work related stuff is all there and you can’t just walk away from it, you can’t just say “I don’t care”. Even if you don’t care anymore about your friends or family, society will ask you to log in through Facebook or Google and so on. So there are all sorts of even formal necessities that will keep you there. And the sadness comes up at the moment when you feel there’s nowhere to go. [...] I’m coming from the social movement, and we wanted to believe that there are subcultures, that there’s an underground, a darkweb, alternative possibilities, that we developed open source software, and free software, in order to make a difference. So this is where I come from, what I’ve been doing for 30, 40 years. I have to answer your question in a very honest way. We believed that there was another internet possible. And along the way, we had to find out that this messengers, this apps, whatever we developed were completely incapable of competing with the might of the platform.”

18 Uma discussão mais demorada sobre estas e outras competências e literacies é realizada no subcapítulo [4.1 Competências, alfabetizações, letramentos](#).

quantidade de brasileiros vivendo com menos de US\$ 1,90 por dia era de 8,8 milhões de pessoas. (FELITTI, 2020, não paginado)

A constatação de Felitti mostra que a mencionada formação ao longo da vida não pode recair como um fardo individual aos cidadãos, como uma “obrigação do sujeito para não cair na obsolescência e manter-se produtivo e rentável” (BRISOLA *et al*, 2022, p. 30). A competência crítica em informação aponta a necessidade de se considerar as causas sociais, políticas e econômicas das desigualdades, “com críticas à cooptação pelo mercado do aprendizado ao longo da vida” (BRISOLA *et al*, 2022, p. 30).

O fosso digital representa um entrave ao pleno exercício da cidadania, como previsto no Marco Civil da Internet (Lei nº 12,965, de 23 de abril de 2014), sendo uma face da desigualdade vinculada a importantes desafios da sociedade brasileira. O advento da pandemia de COVID-19 deu mais evidência ao fosso digital, em suas diferentes manifestações: a falta de acesso a equipamentos para trabalho ou estudo e a dificuldade para discernir entre informação e desinformação sobre a crise sanitária são dois exemplos.

Esses desafios presentes no cenário digital relacionam-se com o estudo e o exercício profissional das áreas da Informação e da Comunicação, de tal maneira que este trabalho busca, em diálogo com estudantes dessas áreas, melhor compreender esses fenômenos. O contato com estudantes em uma cidade brasileira e outra espanhola permitiu realizar produtivas reflexões, subsidiadas por fontes, bibliográficas e humanas, que se debruçam sobre as questões impostas pela desinformação.

### 3 DESINFORMAÇÃO NOS ANOS 2020

Acontecimentos dos últimos anos trouxeram as novas dinâmicas de desinformação para a pauta da academia, da política, do noticiário. O fenômeno toma feições e dimensões sem precedentes, embora alguns paralelos com outros momentos históricos possam ser traçados (FELITTI, 2020; TAVARES, 2020; ZUBOFF, 2020). Este capítulo esboça um panorama sobre as condições de crescimento desta desinformação que é pauta nos dias de hoje.

#### 3.1 Digitalização da vida

O Marco Civil da Internet (Lei nº 12,965, de 23 de abril de 2014) descreveu o acesso à internet como “essencial ao exercício da cidadania”. Já há 12 anos Borges e Oliveira (2011, p. 292) relatavam que a Unesco, atenta a essa realidade, estimulava a “educação digital como parte da formação de qualquer cidadão, em qualquer nação, no sentido de fomentar o direito à informação e a liberdade de expressão como instrumentos de construção e sustentação democrática”.

A internet, além de ser a tecnologia de informação e comunicação mais recente, é também muito presente e utilizada, ainda que indiretamente. Mesmo uma pessoa que nunca tenha usado um computador ou *smartphone*, por exemplo, usa indiretamente a rede ao sacar dinheiro no caixa eletrônico, andar num táxi chamado por um parente via aplicativo ou ser atendido num balcão por alguém que opera um computador. No sentido das competências, é possível dizer que o uso da internet engloba *alfabetismos* os mais diversos, que eram demandados por mídias e tecnologias mais antigas: a leitura e a escrita dos livros, cartas e bilhetes; o observar das fotografias; a audição do rádio; o assistir do cinema e da televisão; a operação dos *video games*, máquinas fotográficas, gravadores de som... Na transposição (às vezes traumática) dessas atividades para o computador e para o celular, quase sempre conectados, é possível traçar uma certa linha do tempo de tecnologias (e seus alfabetismos), que culmina convergindo na internet<sup>19</sup>. A rede herda também uma diversidade de características dessas outras mídias, com seus documentos textuais, sonoros e imagéticos, sua interação passiva ou ativa (com participação dos prosumidores), sua sincronidade (transmissões ao vivo) ou assincronicidade, sua presença local e global.

A digitalização da vida acontece e é viabilizada a partir dos anos 1990, num contexto

---

19 Tratar a internet como uma só tecnologia é conveniente porque permite falar de todas essas atividades e competências, quando necessário, e recortar algumas das atividades, ferramentas ou plataformas abarcadas por ela, quando for mais adequado.

histórico de consolidação de um modelo econômico neoliberal, que impulsiona a globalização. O epicentro tecnológico desse impulso é o Vale do Silício, berço das principais empresas de internet, criadas e fermentadas numa cultura tecno-utópica, antiestado, vinculada ao mesmo tempo à contracultura e ao individualismo, e chamada em 1995 por Barbrook e Cameron de Ideologia Californiana (THE CALIFORNIAN IDEOLOGY, 2021). Paris Marx, em entrevista ao laboratório DigiLabour, diz que:

A ideologia californiana está realmente olhando para a indústria de tecnologia e como ela reúne essas ideias de individualismo contracultural e empoderamento pessoal, combinando isso com essas noções de livre mercado e que só precisamos confiar nessas empresas e no empreendedorismo em particular para resolver os problemas da sociedade. (DIGILABOUR, 2022)

As promessas de criação de riqueza, aumento das liberdades individuais e diminuição de estruturas de poder do Estado, se se concretizaram, não foram bem distribuídas globalmente, e certamente tiveram contrapontos, como o aumento do poder de empresas sobre os indivíduos (BEZERRA; ALMEIDA, 2020; ALTER, 2018). Esses desdobramentos foram observados nas menos de três décadas desde a abertura à comercialização da internet, que popularizou seu uso (HISTORY OF THE INTERNET, 2023).

No mundo digital as velocidades das mudanças são difíceis de acompanhar, acarretando um descompasso entre as novidades tecnológicas, por um lado, e, do outro, nossa capacidade de entender para melhor aproveitar suas possibilidades ou reagir às suas ameaças<sup>20</sup>. A pesquisadora de Comunicação e Mídia Zoetanya Sujon, autora do livro *The Social Media Age*, chama atenção para o intervalo de tempo entre as inovações tecnológicas e nossa capacidade de pensar sobre elas (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2021, não paginado). A pesquisadora comenta que o termo “redes sociais”<sup>21</sup>, embora circulasse na imprensa e nas notícias sobre tecnologia desde a fundação de grandes plataformas, em 2003 e 2004, não era usado pela autoridade britânica reguladora de telecomunicações, a OfCom, até 2008. Mas a digitalização da vida avança historicamente, alheia a esse descompasso.

Hoje, a digitalização da vida é impulsionada pelo crescente extrativismo de dados, a matéria-prima de uma economia focada na modificação de comportamentos. Uma economia que, nos primeiros anos deste século, já “tratava-se de uma abrangente nova lógica que cultuava a vigilância e a expropriação unilateral de dados comportamentais como base para uma nova forma de mercado.” (ZUBOFF, 2020, p. 107). A publicidade, uma indústria que

20 “Os piores malefícios do novo regime [capitalista de vigilância] [...] têm sido difíceis de captar ou teorizar, borrados pela velocidade extrema [...]” (ZUBOFF, 2020, p. 70).

21 No original em inglês ela usa a expressão “social media”. Optamos por “rede social” por ser o termo mais corrente em português.

sempre atuou na modificação de comportamentos, foi revolucionada já nesses primeiros passos do desenvolvimento do que Zuboff chama de capitalismo de vigilância<sup>22</sup>. O modelo publicitário de quatro momentos da persuasão conhecido pela sigla AIDA (atenção, interesse, desejo e ação<sup>23</sup>) foi otimizado e acelerado duma maneira inimaginável pouco tempo atrás (AIDA..., 2021). Anúncios para públicos segmentados, que aparecem no momento ideal para convencer, são os produtos que permitiram o desenvolvimento inicial do capitalismo de vigilância, possibilitados pela extração pervasiva de dados pessoais nas plataformas (ZUBOFF, 2020). Mais recentemente, alguns autores levantam preocupações com a possibilidade de nanossegmentação de anúncios<sup>24</sup>, que pode ter implicações na privacidade e na segurança de usuários (GONZÁLEZ-CABAÑAS *et al*, 2021).

Nesta “nova forma de mercado”, a diversão, o consumo, o trabalho e a produção são confundidos, não se sabe bem onde começa um e termina o outro<sup>25</sup>. Mas é possível notar que essas atividades humanas são realizadas cada vez mais em alguns poucos ambientes digitais, fornecidos por empresas extrativistas de dados, geralmente sediadas no Vale do Silício.

Um fato fundamental para nossa conversa é que o capitalismo de vigilância foi inventado por um grupo específico de seres humanos num tempo e lugar específicos. Não é um resultado inerente à tecnologia digital, tampouco uma expressão necessária do capitalismo de informação. Ele foi elaborado de maneira intencional num momento da história [...] (ZUBOFF, 2020, p. 105).

Pode-se dizer que a economia é a maneira de organizar as relações das pessoas com bens e serviços (ECONOMIA, 2015), tanto como uma maneira de descrever essas relações, quanto como uma maneira de normatizá-las ou prescrevê-las. Consensos, acordos,

22 Zuboff (2020, p.7) traz a definição do que entende por capitalismo de vigilância):

- “1. Uma nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais dissimuladas de extração, previsão e vendas;
2. Uma lógica econômica parasítica na qual a produção de bens e serviços é subordinada a uma nova arquitetura global de modificação de comportamento;
3. Uma funesta mutação do capitalismo marcada por concentrações de riqueza, conhecimento e poder sem precedentes na história da humanidade;
4. A estrutura que serve de base para a economia de vigilância;
5. Uma ameaça tão significativa para a natureza humana no século XXI quanto foi o capitalismo industrial para o mundo natural nos séculos XIX e XX;
6. A origem de um novo poder instrumentário que reivindica domínio sobre a sociedade e apresenta desafios surpreendentes para a democracia de mercado;
7. Um movimento que visa impor uma nova ordem coletiva baseada em certeza total;
8. Uma expropriação de direitos humanos críticos que pode ser mais bem compreendida como um golpe vindo de cima: uma destituição da soberania dos indivíduos.”

23 Em inglês, *attention, interest, desire e action*.

24 A segmentação de anúncios permite veicular publicidade para públicos de interesse dos anunciantes (segmentos do universo de possíveis alvos da publicidade). A nanossegmentação permite, como alertam González-Cabañas *et al* (2021), a identificação individual de usuários de redes sociais, levantando preocupações sobre privacidade e segurança.

25 Isso será melhor discutido no [capítulo 4.2 – Mídias sociais, vigilância, autonomia: uma perspectiva crítica](#)

negociações são atividades realizadas num plano intersubjetivo, que materializa essas relações. Esse plano é construído na troca de informações entre pessoas, informações que são objeto de interesse da Ciência Econômica, como preços, safras, taxas. Segundo Milovic (2004, p. 30), uma inovação trazida por Marx é pensar “as relações sujeito-sujeito na forma de relações da produção”, sem “ficar restrito à relação sujeito-objeto, que, em última instância, não foi superada pelo idealismo alemão”.

No caso presente, trata-se de uma economia em que a informação (ou o dado) é o principal insumo, e as tecnologias concentradas o novo meio de produção (SANTOS, 2021; HARARI, 2016; ZUBOFF, 2020). E muitos dos dados e informações que sustentam algumas das maiores empresas do mundo são fruto da nossa interação (ou interpassividade<sup>26</sup>) com serviços e dispositivos digitais. Segundo Lamdan<sup>27</sup>,

Nossa informação é como uma mercadoria, ou como combustível para a internet. Mas ela é diferente de outros tipos de combustível como petróleo, água, etc., porque esses tipos de combustível, ou esses tipos de recursos, são fungíveis. Você pode trocar um balde de água por outro e ainda é água, ainda servirá ao mesmo propósito. Mas todas as informações e dados são únicos, então, se você quiser saber mais sobre a Covid e me pedir um artigo sobre Covid e eu lhe der um artigo sobre influenza, isso não vai te ajudar, porque a informação é diferente. Não é como um balde de água, eu não posso substituir um pelo outro. Portanto, quanto mais informações, mais informações únicas qualquer empresa pode reunir, mais poderosa, melhor capitalizada e forte é essa empresa. (NEW BOOKS NETWORK, 2022, transcrição e tradução nossa<sup>28</sup>)

Assim como no exemplo envolvendo Covid e Influenza, os dados e informações com as quais alimentamos a economia digital também não são fungíveis, intercambiáveis por dados e informações que outro usuário gera enquanto usa serviços digitais. Nas palavras de Morozov (2022, p. 115, tradução nossa<sup>29</sup>), “ativos digitais são indissociáveis dos usuários que os geram e das plataformas nos quais são produzidos”. Segundo ele, “estamos presos dentro

26 “fenômeno no qual uma obra de arte ou tecnologia parece agir em nome do público ou do usuário” (INTERPASSIVITY, 2023, tradução nossa). O termo também vem sendo usado para referir a funcionalidades automatizadas em serviços digitais, como autocompletar, *autoplay*, salvamento automático, preenchimento automático de formulários, sugestões de respostas (vide <https://doi.org/10.1080/0144929X.2023.2184174>).

27 Autora do livro “Data Cartels – The Companies that Control and Monopolize our Information”, em entrevista ao podcast New Books Network.

28 “Our information is like a commodity, or is like fuel for the internet. The way it's different than other types of fuel like oil, water, etc, is those types of fuel, or those types of resources are fungible, so you can exchange one bucket of water for another and it's still water, it will still serve the same purpose. But all information and data points are unique, like, if you want to learn more about covid and you ask me for an article covid and I give you an article about influenza, that's not going to help you, because the information is different. You know, is not like a bucket of water, I can't replace one for another. So the more information, the more unique bits of information any one company can gather, the more powerful, better leveraged, stronger that company is.”

29 “digital assets are indissociable from the users that produce them and from the platforms wherein they are made”

dos jardins murados das empresas de tecnologia, nossos dados – cuidadosamente extraídos, catalogados e monetizados – nos amarram a elas para sempre” (MOROZOV, 2022, p. 115, tradução nossa<sup>30</sup>).

Este é o modelo hegemônico de economia globalizada que acompanha o predomínio de tecnologias mediadoras das relações entre pessoas, e entre elas e o mundo – relações também políticas e informacionais.

### 3.2 Digitalização das práticas informacionais e da política

De maneira geral, a Ciência da Informação tem na relação entre as pessoas e a informação seu objeto (BUCKLAND, 2017). Esta relação é, de certa forma, parametrizada pelo comportamento e pelas competências infocomunicacionais. Considerando que estas englobam habilidades e capacidades de acessar, avaliar, usar informações, estejam elas com pessoas ou não, é possível dizer que tais competências são postas em prática quando os indivíduos se relacionam com a informação.

Em entrevista ao *podcast* Farol (2020)<sup>31</sup>, Márcia Tavares Lima comenta que a informação “não é o real, mas um artefato sobre o real”, baseando-se na argumentação de Pacheco (1992). Pacheco, que é graduada em arqueologia, em sua dissertação em Ciência da Informação comenta que “uma informação será sempre uma representação”, uma reprodução de um fato, transformado em artefato (PACHECO, 1992, p. 109).

Se a informação é um artefato sobre o real, os estudos tradicionais da Ciência da Informação e da Comunicação têm frequentemente seu foco sobre o fazer profissional dos “artífices” da informação e dos mediadores no processo de informação/comunicação. Cientistas, por exemplo, são públicos tradicionais dos estudos de usuário, e os Sistemas de Informação são o “lugar” de mediação objeto de muitos estudos. Segundo Berrío-Zapata *et al* (2016), a Ciência da Informação foi criada com a finalidade de aumentar a eficiência de “Trabalhadores do Conhecimento”, como cientistas e tecnólogos, por meio de melhoria nos sistemas de informação utilizados. Na área da Comunicação, pode-se falar em estudos sobre o papel de “guardiões do portão” (*gatekeepers*), ou mediadores, exercido pelos editores de jornais. O foco na mediação profissional é ilustrado também no conceito tradicional de competência midiática (*media literacy*), que preconiza um consumo crítico dos meios de comunicação de massa.

---

30 “we are stuck inside the walled gardens of the tech companies, our data —carefully extracted, catalogued and monetized — tying us to them forever.”

31 Frase de Marcia Tavares Lima no episódio número 7 do podcast Farol, com o tema “**O que é Ciência da Informação?**” - Farol - Conexões da Informação. 1 jul. 2020.

Mas, como mostra danah boyd (2018)<sup>33</sup>, fenômenos atuais como a desinformação não só precisam de abordagens mais modernas, como o uso de abordagens desatualizadas pode, na opinião da autora, ter efeitos contrários aos desejados. A mediação da informação não é mais majoritariamente realizada pelos atores tradicionais (profissionais de imprensa e bibliotecários, por exemplo), já que este “papel de *gatekeepers* intermediários entre leitores e editores” foi assumido “em grande medida pelas mídias sociais e pelos motores de busca” (LORENZ-SPREEN *et al*, 2020, p. 1102, tradução nossa<sup>34</sup>). Por isso, seria inadequado analisar a mediação da informação com o mesmo ferramental que, por exemplo, os estudos tradicionais sobre mídia de massa utilizavam:

A primeira onda de *media literacy* respondia à propaganda em um contexto de mídia de massa. Vivemos em um mundo de redes agora. Precisamos entender como essas redes estão entrelaçadas e como informação que se espalha por encontros dialógicos – mesmo que assimétricos – é entendida e experimentada diferentemente do que aquela que é produzida e disseminada pela mídia de massa. (BOYD, 2018, tradução nossa<sup>35</sup>)

As novas competências demandadas pelo mundo *online* levaram ao desenvolvimento do conceito de *new media literacy*, como uma expansão das competências em mídias tradicionais, de massa, para incluir as mídias digitais (JENKINS, 2009a). Como relata Borges (2018, p. 124), “esses estudos vêm evoluindo de uma abordagem que enfatizava o senso crítico do consumidor frente aos produtos midiáticos (*media literacy*) para o reconhecimento de que este consumidor também vem se convertendo em um produtor (prossumidor).” O aporte da *new media literacy* é uma das referências do conceito atual de competências infocomunicacionais, especialmente no que tange à comunicação, porque as mídias digitais demandam às pessoas desenvolver competências antes afeitas aos profissionais: atentar para quem estou falando, qual linguagem e formato são mais adequados para este público etc.

Podemos ilustrar a importância dessas competências com a relevância política que as comunicações em mídias digitais têm mostrado. A busca de informações de interesse público e o foro para as discussões que fomentam a ação política têm migrado para páginas e aplicativos de redes sociais. Desde a década de 1990 movimentos sociais utilizam o ciberativismo e as mídias digitais para dar visibilidade a suas pautas e disputar espaço contra hegemonias, como fizeram o movimento Zapatista e o movimento antiglobalização

33 Respeitamos a grafia que a autora usa do seu nome, sem iniciais em maiúsculas.

34 “To a substantial degree, social media and search engines have taken on a role as intermediary gatekeepers between readers and publishers.” (LORENZ-SPREEN *et al*, 2020, p. 1102).

35 “The first wave of media literacy was responding to propaganda in a mass media context. We live in a world of networks now. We need to understand how those networks are intertwined and how information that spreads through dyadic — even if asymmetric — encounters is understood and experienced differently than that which is produced and disseminated through mass media.”

(CIBERATIVISMO, 2022).

Nos dois países onde a etapa empírica desta pesquisa foi desenvolvida, o começo da década de 2010 viu movimentos sociais organizados ou fomentados na internet ganharem as ruas e se amplificarem: os Indignados, na Espanha, em 2011, em resposta a desdobramentos da crise econômica de 2008; e as Jornadas de Junho<sup>36</sup>, em 2013, no Brasil, a partir de uma pauta inicial contra o aumento das tarifas de transporte público.

Na Espanha, em 15 de maio de 2011, protestos convocados online são um marco do Movimento dos Indignados, com acampamentos em praças de diversas cidades. Aída Sanchez, porta-voz do movimento *Democracia Real Ya*, uma das organizações que convocou a manifestação, se perguntava “Quem poderia imaginar que isto que articulávamos na internet seria a maior mobilização cidadã jamais vista no país?” (VELASCO, 2011, p. 13, tradução nossa<sup>37</sup>). No acampamento na Puerta del Sol, marco zero da capital Madri, estudantes louvavam a internet, em contraponto com a mídia tradicional: “A rede continua sua vertiginosa corrida horizontal, contaminando o movimento com sua democracia desde baixo e desafiando na prática as limitações das leis que procuram limitar a internet.” (VELASCO, 2011, p. 65, tradução nossa<sup>38</sup>).

Débora Zanini (2018) considera que os movimentos de Junho de 2013 no Brasil “oficializaram a importância das mídias sociais como uma variável relevante de análise para estudos políticos contemporâneos em nosso país”, a exemplo do que já tinha acontecido nos *Occupy movements* nos EUA, Inglaterra e Espanha (ZANINI, 2018, p. 227-228).

A internet, sem dúvida alguma, diminuiu os custos da participação política, tanto para as organizações e movimentos sociais quanto para os indivíduos, aumentando consideravelmente as possibilidades desta participação política na sociedade contemporânea. (ZANINI, 2018, p. 228)

Um dos requisitos para a participação política é o acesso livre a diversas fontes de informação. A liberdade de acesso a fontes alternativas de informação, não controladas pelo governo, é uma das características da poliarquia descrita por Robert Dahl (2005). O acompanhamento das atualidades que têm o potencial de serem “classificadas” como um problema na esfera pública (para depois virem eventualmente a pautar a agenda de atores relevantes em determinadas comunidades) é tradicionalmente feito através da imprensa e seus

---

36 As [Jornadas de junho](#) foram uma série de protestos realizados em diversas cidades, “a primeira insurreição ou levante popular de proporções realmente nacionais no país” (JORNADAS DE JUNHO, 2023).

37 “Quién nos hubiera dicho que esto que articulávamos em internet sería la mayor movilización ciudadana que jamás haya tenido este país...”

38 “La red sigue su vertiginosa carrera horizontal, contaminando al movimiento con su democracia desde abajo y desdiciendo con la práctica las limitaciones de las leyes que pretenden poner cortapisas a internet”

produtos noticiosos.

Assim, costuma-se considerar um ideal cidadão o consumo do maior número possível de produtos jornalísticos, não importando o formato ou o modo de consumo (mesmo comparar as capas de revistas na fila de espera do supermercado já seria um exercício de identificação de posicionamento editorial – nem sempre difícil, muitas vezes bastando olhar a foto maior). Enquanto a educação formal costuma ser associada a livros, didáticos ou não, a formação cidadã pode ser associada à mídia:

Embora muito se fale sobre educação, as sociedades modernas se esquecem de examinar aquele que é de longe o mais influente meio de educar as populações. Não importa o que aconteça nas salas de aula: a mais poderosa e constante forma de educação ocorre nas ondas de rádio e em nossas telas. Uma vez concluída a educação formal, o noticiário é quem passa a nos ensinar. É ele que, sobretudo, dá o tom da vida pública e molda as impressões que temos da comunidade para além dos limites de nossa casa. É ele o grande criador das realidades política e social. (BOTTON, 2015, p. 12).

O consumo de notícias na televisão, rádio e jornais impressos era<sup>39</sup> a maneira típica de “manter-se informado” sobre os principais debates públicos. Nos últimos anos, viu-se uma migração desse consumo para as telas interativas - em especial, mais recentemente, as que são carregadas conosco o dia todo. Segundo o Digital News Report de 2019<sup>40</sup>, que entrevistou pessoas de 40 países (algumas amostras eram mais urbanas, como no caso do Brasil), 77% dos entrevistados brasileiros já dizia usar o *smartphone* para acessar notícias (em 2017 eram 65%, em 2015, 50%, e em 2013, 23%). Ainda segundo o Relatório de 2019, 87% dos brasileiros disse consumir notícias online, número que se mantinha estável desde a primeira edição da pesquisa, em 2013, e teve uma pequena queda em 2021 e 2022. Entre 2013 e 2021, o consumo de notícias em meios impressos caiu de 50% para 12%, sendo o dado que mais chama atenção na Figura 1<sup>41</sup> (REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM; OXFORD UNIVERSITY, 2022).

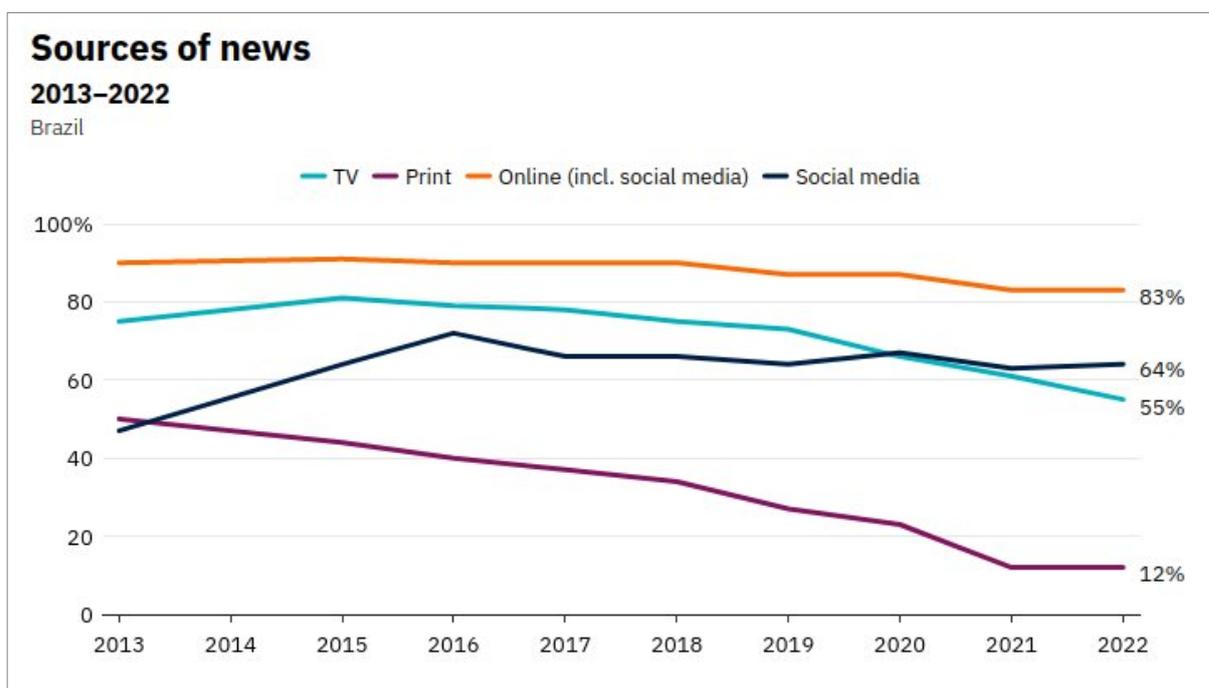
---

39 Segundo o Digital News Report de 2018, produzido pela Reuters Institute em colaboração com a Universidade de Oxford, o número de jornais impressos vendidos no Brasil havia caído 41,4% nos três anos anteriores, considerando os 11 veículos com maior circulação. (CARRO, 2018).

40 Um resumo dos resultados brasileiros de 2019 está disponível em <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/brazil-2019/>

41 Resumo dos dados brasileiros do Digital News Report de 2022 em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/brazil>

**Figura 1** – fontes de notícias, segundo o *Digital News Report*



Fonte: Digital News Report 2022 (REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM; OXFORD UNIVERSITY, 2022)

O uso de redes sociais como fonte de notícias era relatado por cerca de dois terços dos respondentes desde 2015 e, nas entrevistas feitas em janeiro e fevereiro de 2018<sup>42</sup>, já se percebia a diminuição do uso do Facebook (caiu de 69% para 52% em dois anos) e pequeno aumento do uso do WhatsApp (48% ante 46% em 2017) para consumir notícias. Os dados mais recentes mostram o YouTube como mídia social mais utilizada para acessar notícias, por 43% dos respondentes, seguido de WhatsApp (41%) e Facebook (40%) (REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM; OXFORD UNIVERSITY, 2022).

Essa mudança para os meios digitais significa uma disponibilidade maior de “informar-se em tempo real” e o tempo todo. Mas também estimula um consumo que, sob a imagem de cidadão e responsável, muitas vezes não tem vínculo com a realidade do espectador, com os problemas locais, e ainda causa com frequência sofrimento e dependência<sup>43</sup>. Isso se deve aos produtores de notícias, que “querem [...] se assegurar de que

42 Digital News Report de 2018, disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/brazil-2018/>

43 “Nós evoluímos de uma sociedade em que quase nada mudava – e qualquer mudança que de fato ocorresse tinha tudo para ser muito significativa e talvez até representasse uma ameaça à vida. Desse passado, herdamos uma fragilidade cognitiva no que diz respeito à novidade: partimos do pressuposto de que o novo também deve ser importante. Mas nem sempre é assim. Para manter a lucidez em uma era dominada pelo noticiário, devemos constatar que as categorias da novidade e da importância se sobrepõem, mas são fundamentalmente distintas. Quando estamos tensos e tentados a fugir de nós mesmos, que solução melhor, mais imersiva e *respeitável* do que correr para o noticiário? Ele representa a desculpa séria perfeita para não prestarmos atenção em muitas coisas que podem ser mais importantes.” (Botton, 2015, pág 220)

estejamos sempre conectados, conscientes do que está acontecendo. Não podemos nunca ficar sozinhos” (BOTTON, 2015, p. 222). Mas também se deve a características dos dispositivos, seu sistema operacional e seus aplicativos, especialmente desenhados para manter a atenção do usuário pelo maior tempo possível.

[...] boa parte da informação consumida na atualidade não foi buscada, ela chega às pessoas a despeito de sua vontade: em caixas de e-mail, em mensagens instantâneas ou redes sociais. Significa que nossa atenção e tempo são capturados por conteúdos, muitas vezes, irrelevantes, supérfluos ou nocivos. Isso não quer dizer que a recepção é sempre passiva ou ingênua, mas que cada vez mais abdicamos de conteúdos relevantes em prol de conteúdos fáceis, muitas vezes ditos “acessíveis”. (BORGES, 2022, p. 31).

O psicólogo Adam Alter argumenta que o ambiente da era digital tem um potencial muito maior de desenvolver vícios comportamentais do que “qualquer coisa que a humanidade tenha experimentado no passado”, incluindo o exemplo da contracultura na década de 1960, quando cigarro, álcool e drogas “eram caros e geralmente inacessíveis” (ALTER, 2018, p. 11). O autor cita um estudo que sugere que 40% da população tenha vícios ligados à internet, e outro que conclui que 48% de uma amostra de universitários estadunidenses sofria do mesmo mal (ALTER, 2018, p. 28).

Dentre os veículos “sérios”, que produzem jornalismo (factual e opinativo), temos nossas fontes preferidas e nas quais confiamos. Mas mesmo essas fontes “sérias” estão tendendo, cada vez mais, à caça de cliques de forma inescrupulosa. O mercado pede acessos: cada notícia tem autonomia competitiva (um URL<sup>44</sup> próprio, em oposição aos produtos tradicionais com o jornal físico, cujo consumo era cobrado e mensurável apenas em sua inteireza), e não pode prescindir de seu objetivo de angariar curiosidades. Tudo é mensurável, do tempo de leitura às áreas da página em que o *mouse* mais gravitou (MOUSE TRACKING, 2022), da cidade e bairro onde está o leitor até sua tendência política ou comportamento sexual. Essas mensurações balizam não só a produção de conteúdos por profissionais da informação que podem ser responsabilizados pelo que publicam<sup>45</sup>, mas também a de

---

44 URL (sigla em inglês para “Localizador uniforme de recursos”) é o endereço de uma página na internet; uma notícia num site, por exemplo, tem um URL próprio, que permite a avaliação de seu desempenho em ferramentas de análise de dados da web. É possível saber o número de acessos, a origem deles (página anteriormente visitada), o tempo em que o usuário ficou na página, se saiu do site logo após (no caso de um portal de notícias, se clicou em outra notícia, ou no acesso à capa, ou se fechou a aba ou janela onde estava lendo).

45 “Nas sociedades democráticas modernas, o jornalismo criou um sistema de produção de informação pública especializada, transmitida por veículos de comunicação (como a imprensa escrita, o rádio e a televisão). Esses meios, embora pudessem ser criticados por responder a agendas de seus proprietários, permitiram o desenvolvimento de profissionais especializados – os jornalistas –, que passaram a responder a uma ética profissional. Tanto jornalistas como proprietários de meios de comunicação podem ser responsabilizados pela informação publicada.” (SORJ *et al*, 2018, página 11).

profissionais ou amadores que “não têm nada a perder”, pois atuam sob anonimato (na verdade, podem ganhar dinheiro ou até serem contratados por suas habilidades). Tais mensurações foram potencializadas e concentradas em plataformas de redes sociais, e servem à personalização de conteúdos, à venda de publicidade, à alimentação de bancos de dados de usuários (como os utilizados pela Cambridge Analytica<sup>46</sup>).

A personalização também põe em cheque a crença na livre escolha sobre o que consumimos, num acesso livre de influência de intermediários: vivemos digitalmente em filtros bolha, que escondem o que os algoritmos calculam que não queremos ver, mostrando um mundo que reforce nossos pontos de vista (PARISER, 2011).

Tal funcionamento facilita radicalizações e polarizações, enfatizando diferenças entre lados opostos e escondendo seus consensos (SORJ *et al*, 2018, p. 35). E o uso das redes sociais e mecanismos de busca como fontes de notícias já era uma tendência em 2018, segundo o Digital News Report: os mais jovens as acessavam principalmente por esses canais (que são filtrados por algoritmos). Já os mais velhos preferiam o acesso direto aos sites dos veículos de comunicação, e eram os que mais acessavam notícias através de e-mails enviados pelos veículos (ambos canais filtrados por editores humanos, tendendo a fornecer mais informações de interesse público). No somatório geral, 53% dos entrevistados “preferiam acessar notícias através de mecanismos de busca, redes sociais ou agregadores de notícias, interfaces que usam algoritmos de ranqueamento para selecionar matérias, em vez de usar interfaces controladas por humanos (páginas iniciais, e-mail e notificações no celular)” (NEWMAN, 2018, tradução nossa). O Guia Sobrevivendo nas Redes traz um interessante histórico do que culminou no que os autores chamam de “implosão do sistema de informação profissional”:

Rumores que passam de indivíduo a indivíduo e têm origem indefinida sempre cumpriram um papel na comunicação política. [...] A mesma Internet que expandiu as possibilidades dos indivíduos de participarem do espaço público também facilitou a profusão de mensagens anônimas, geralmente transmitidas com finalidades invisíveis aos olhos dos receptores. [...] A Internet permitiu, ainda, a disseminação de ideias políticas por meio de redes sociais gratuitas, levando certos agentes políticos a agir com o objetivo de “viralizar” informações (seja na forma de textos, vídeos, imagens ou memes) mediante a divulgação de ideias que confirmam os preconceitos e preferências de seus interlocutores. Muitos destes, por sua vez, compartilham a informação de imediato, sem conferir sua veracidade, justamente porque o conteúdo lhes agrada. Na era digital, a divulgação de notícias falsas depende tanto de seus produtores como da disposição dos usuários para retransmiti-las. (SORJ *et al*, 2018, p. 11)

---

46 “Na década de 2010, dados pessoais de milhões de usuários do Facebook foram coletados sem seu consentimento pela empresa de consultoria britânica Cambridge Analytica, predominantemente para serem usados para propaganda política” (FACEBOOK-CAMBRIDGE ANALYTICA DATA SCANDAL, 2023, tradução nossa)

Este compartilhamento de informações sem criticidade, sem verificação ou atenção à veracidade, impulsionado por preferências, preconceitos, é um combustível para a difusão de desinformação. Esta difusão acrítica é típica do que se convencionou chamar de pós-verdade, quando emoções e crenças pessoais importam mais do que os fatos, do que a verdade (SOARES *et al*, 2022).

A mudança no modo como as pessoas se informam não se restringiu aos dispositivos usados. A internet traz a sensação de liberdade nas escolhas de consumo, refletindo o seu DNA tecnológico descentralizado.

Seu caráter interativo e aberto levou muitos autores a verem a internet como a fonte de um novo paradigma de organização social. (...) A rede subverteria as estruturas sociais hierárquicas e rígidas do capitalismo industrial, que em contraste são caracterizadas por sistemas verticais de comunicação com estruturas de poder bem definidas. (SORJ, 2008).

Mas as dinâmicas da rede evoluíram:

É natural pensar na Internet como uma tecnologia de emancipação. Ela nos dá liberdade sem precedentes para nos expressarmos, para falar de nossas ideias e paixões, para encontrar e colaborar com almas gêmeas e encontrar informações sobre praticamente qualquer assunto imaginável. [...] É uma ideia instigante. Mas, como a maior parte dos mitos, é meia-verdade, no melhor dos casos, e pura fantasia, no pior. Os sistemas de computadores em geral, e a internet em particular, colocam um poder enorme nas mãos dos indivíduos. Mas colocam um poder maior ainda nas mãos de empresas, governos e outras instituições, cujo objetivo é controlar os indivíduos. Em seu cerne, os sistemas de computadores não são tecnologias de emancipação. São tecnologias de controle. (CARR, 2008, p. 176)

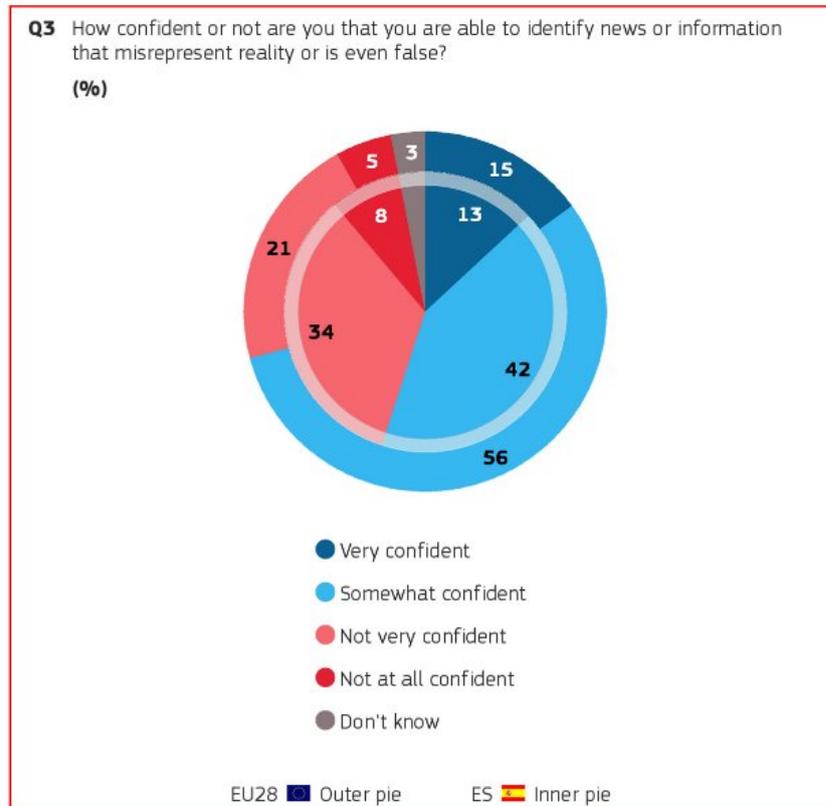
Temos liberdade de selecionar fontes de informação dentre incontáveis e incessantes produtores de notícias, opiniões, análises, mas também de boatos maledicentes e invenções com alto potencial de disseminação (*fake news*). O criador da *World Wide Web*, Tim Berners-Lee, mostrava-se preocupado com a disseminação de conteúdos enganosos já em 2008. Em uma fala por ocasião da inauguração da WWW Foundation, ele defendeu a criação de sistemas que dessem um selo de confiabilidade a sites comprovadamente sérios (GHOSH, 2008). A ideia seria evitar a difusão de informações falsas e teorias conspiratórias “que podem se espalhar para milhares de pessoas de modo profundamente prejudicial” (tradução nossa), como o boato de que o acelerador de partículas que entraria em funcionamento no CERN, onde Berners-Lee trabalhava quando criou a Web, criaria um buraco negro que engoliria a terra.

Os brasileiros foram os que mais disseram estar “muito preocupados” ou “extremamente preocupados” com as *fake news*, dentre os entrevistados de 37 países em janeiro e fevereiro de 2018. Enquanto a média global foi de 54%, no Brasil 85% das pessoas

demonstraram os maiores níveis de preocupação com o problema. Os espanhóis ficaram em 3º lugar, com 69% dos respondentes dizendo estar muito ou extremamente preocupados com notícias falsas (REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM; OXFORD UNIVERSITY, 2018, pág. 18). O assunto também foi espontaneamente mencionado naquela pesquisa por participantes de grupos focais. Na edição de 2021 do mesmo relatório, a proporção de brasileiros preocupados com informação falsa e enganosa foi de 82%, sendo o país participante com o maior número, contrastando com os apenas 37% de alemães (REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM; OXFORD UNIVERSITY, 2021). Os espanhóis estavam em 6º lugar dentre 46 países estudados, sendo o segundo país europeu com maior preocupação com a desinformação na internet (VARA MIGUEL, 2021, não paginado).

Dados da União Europeia (UE) já mostravam em 2018 que a Espanha, dentre 28 países estudados, era a nação onde os respondentes menos se disseram confiantes de que poderiam “identificar notícias ou informação que deturpa a realidade ou é até falsa”: foram 55% dos espanhóis, sendo a média geral 71%. Se consideraram “não confiantes” 42% dos espanhóis, o nível mais alto, sendo a média dos 28 países 26% de não confiantes na sua capacidade de identificar desinformação (COMISSÃO EUROPEIA, 2018a).

**Figura 2** – Índice de confiança na sua capacidade de identificar desinformação: comparação entre respostas de espanhóis e de pessoas de 28 países da UE



Fonte: Comissão Europeia (2018b). As fatias internas dizem respeito a confiança (azuis) ou desconfiança (vermelhas) na Espanha; as externas, na média dos 28 países estudados.

Neste contexto, a massiva parte do debate público que migrou para a internet está refém tanto das bolhas identitárias (PARISER, 2021) quanto de produtos enganosos como as *fake news*. As consequências para o debate e para a construção de consensos são preocupantes, e escancaram um *digital divide*. Newman (2018, não paginado) argumenta que “as *fake news* em alguma medida acordaram as pessoas para a importância de notícias de qualidade”, mas isso só seria verdade para um pequeno recorte da audiência, “com mais dinheiro, educação, confiança na mídia”, enquanto os restantes consumiriam e confiariam cada vez menos na imprensa. Ele levanta a questão de que as pessoas com menos dinheiro acabam consumindo a pior informação, apontando que, em alguns países europeus, as emissoras públicas poderiam ser parte da solução, mas muitas delas estão perdendo audiência, legitimidade e financiamento. Na apresentação do Digital News Report de 2019, o mesmo autor prevê que muitos veículos de imprensa, presos num ciclo vicioso de queda de receitas e de cortes de custos, estão longe de encontrar um modelo de negócio digital sustentável, e por isso tenderiam a desaparecer (NEWMAN, 2019).

Muitos dos conteúdos enganosos que têm florescido exploram preconceitos ao mesmo tempo em que se aproveitam da desconfiança da imprensa, que o próprio letramento midiático estimulou (BOYD, 2018). Danah boyd argumenta que a educação midiática crítica levanta suspeitas sobre os interesses, muitas vezes ocultos e escusos, da imprensa, estimulando as pessoas a pesquisarem por si mesmas, por exemplo, na internet. As “narrativas alternativas” são potencializadas pelo sentimento de ter encontrado “por si próprio” (ou por um algoritmo de filtro bolha...) uma explicação confortável para seus preconceitos, mostrando “tudo o que sempre foi escondido de você”. Nas palavras da autora: “nada pode radicalizar alguém mais do que o sentimento de que estão mentindo para si” (BOYD, 2018, não paginado, tradução nossa<sup>47</sup>).

A popularização de teorias de conspiração acompanhou a disponibilização de maneiras de acesso a informação de fontes variadas, com interesses variados, formatos atraentes e em ambientes que estimulam o *clickbait*, submetidos a regras privadas definidas sem participação de usuários e criadores de conteúdo (KUMAR, 2019). Essas teorias de conspiração costumam se valer de dinâmicas lúdicas, participativas, em que o cidadão “faz buscas por si próprio” e encontra verdades que “estavam sendo escondidas” de si.

Sua potência [da teoria da conspiração] está entrelaçada com questões de fé, política e preconceito. No entanto, as maneiras pelas quais sua transmissão on-line aproveitou uma crise de confiança, ao mesmo tempo em que preencheu esse vazio com uma fantasia participativa, é dolorosamente sintomática de males maiores - e das maneiras pelas quais as pessoas desesperadas por prazer, propósito e comunidade podem ser apanhadas em versões irreais do mundo (CHATFIELD, 2022, tradução nossa<sup>48</sup>)

A sensação de autonomia e desintermediação que uma pesquisa por conta própria<sup>49</sup> gera é muito bem explorada por produtores organizados e poderosos de desinformação. A desconfiança das mídias anteriores à internet, às vezes ditas tradicionais ou offline (mesmo que hoje todas explorem o diálogo com o online, especialmente as mídias sociais), é fomentada com uma falsa ideia de que, na internet, não existe uma mediação. Em vez de receber passivamente o que veículos de comunicação difundem, um usuário da internet supostamente faria sua pesquisa de maneira autônoma e neutra. Os motores de busca e os campos de busca em mídias sociais são, geralmente, vistos como um espaço neutro, ao ponto

47 Nothing can radicalize someone more than feeling like you’re being lied to.

48 “Its potency is interwoven with matters of faith, politics and prejudice. Yet the ways in which its online transmission has tapped into a crisis of trust, while filling that void with a participatory fantasy, is painfully symptomatic of larger ills – and of the ways in which people desperate for pleasure, purpose and community can get caught up in unreal versions of the world.”

49 A discussão em boyd (2018) mostra que o saudável estímulo à uma leitura crítica da imprensa e o contraste “por conta própria” com outras fontes levou a um efeito indesejado de se recorrer a informação popular na internet, muitas vezes parcial, imprecisa e/ou desinformativa.

de os usuários serem mais “sinceros” e transparentes com esses espaços do que com seres humanos, sejam eles amigos, parentes, médicos.

Poderes políticos e econômicos investem nessa sensação de liberdade e nessa desconfiança nos meios de comunicação tradicionais (e no jornalismo profissional) muitas vezes utilizando-se do potencial envolvente e sedutor que pode ter uma “busca pela verdade”. É comum que teorias da conspiração em acordo com poderes políticos e econômicos sejam muito populares. Se nem sempre é possível provar a ligação de tais “teorias” desinformativas com entidades e figuras políticas, é, ao menos, evidente que elas beneficiam-se e frequentemente reforçam, inclusive publicamente, tais tramas.

O designer de jogos de realidade alternativa<sup>50</sup> Adrian Hon faz paralelos entre esse tipo de entretenimento e o engajamento em teorias da conspiração. A diversão, os incentivos, a participação em uma comunidade que traz *feedbacks* positivos pelo seu esforço, estão presentes nessas desinformações com apelo tóxico.

Como diz Hon, qualquer pessoa que espera enfrentar o apelo tóxico exercido pela desinformação [*misinformation*<sup>51</sup>] moderna precisa encarar o fato de que - entre outras coisas - as pessoas se juntam às comunidades que promovem desinformação porque "acham divertido, acham envolvente, sentem-se valorizadas". E o mesmo mecanismo subjacente a esta cativação está em ação entre não milhões, mas bilhões de pessoas todos os dias, nas arenas de mídia social e de informação instrumentalizada afiadas por algoritmos: em um mundo que "cada vez mais se parece como um jogo que não podemos parar de jogar". (CHATFIELD, 2022, não paginado, tradução nossa<sup>52</sup>).

A gamificação<sup>53</sup>, com seus incentivos e punições bem planejados e baseados em estudos avançados de psicologia, está entranhada no design de mídias sociais, jogos digitais (ou transmídia) e, não surpreendentemente, teorias da conspiração (CHATFIELD, 2022; NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022). A gamificação é parte primordial na competição por atenção voltada a lucro promovida pelo capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2022).

O cenário é agravado com a pouca compreensão dos mecanismos envolvidos nas comunicações online. Sorj já descrevia em 2016 um desses mecanismos:

---

50 “Tipo de jogo eletrônico que combina as situações de jogo com a realidade”, usando narrativas transmídia baseadas principalmente na internet. ([https://pt.wikipedia.org/wiki/Jogo\\_de\\_realidade\\_alternativa](https://pt.wikipedia.org/wiki/Jogo_de_realidade_alternativa))

51 a palavra usada é *misinformation*, a desinformação não proposital

52 “As Hon puts it, anyone hoping to confront the toxic appeal exerted by modern misinformation needs to face the fact that – among other things – people join the communities promulgating it because ‘they find it fun, they find it engaging, they feel valued’. And the same mechanics underpinning this captivation are at work among not millions but billions of people every day, in the algorithmically-honed arenas of social media and weaponised information: in a world that ‘increasingly feels like a game we can't stop playing’”

53 Do inglês *gamification*, também traduzida como ludificação ou joguificação. Temos a impressão de ser mais frequente o uso de gamificação, por isso preferimos ela. Apesar de ser derivada de uma palavra de uso menos corrente do que “jogo”, como joguificação, é derivada de game, bastante comum em português brasileiro.

Na Internet circulam, cada vez mais, mensagens produzidas por robôs e agentes provocadores profissionais, que não se apresentam como tais, especializados em produzir “informações” distorcidas, que são apresentadas como tendo sido escritas por um “cidadão comum”. Estas mensagens são altamente eficazes, pois são elaboradas levando em consideração os preconceitos, afinidades e sensibilidades dos leitores. (SORJ, 2016)

Neste contexto de comunicações facilitadas e de desintermediação institucional da informação, a aparência de amadorismo, de relato cotidiano, a presença de emoções fortalecem a credibilidade conferida ao conteúdo. Araújo chama esta “modalidade informativa” de “testemunhal falso”:

Trata-se da velha fofoca, ou rumor, mas com uma sofisticação proporcionada pelos aparatos tecnológicos (filmagens e voz) que, ao contrário das *fake news*, se constrói na oposição às instituições, na crença de que universidades, escolas, cientistas, veículos jornalísticos, organizações internacionais são todos manipuladores, doutrinadores, agentes conspiratórios, e que, portanto, não merecem credibilidade. (ARAÚJO, 2021, p. 4).

Neste seu artigo sobre novos desafios epistemológicos para a Ciência da Informação (CI), Araújo destaca sete termos e conceitos (*fake news*, testemunhal falso, discurso de ódio, negacionismo científico, desinformação, infodemia e pós-verdade) (ARAÚJO, 2021). Todos eles podem ser relacionados, direta ou indiretamente, com a desinformação. De maneira um pouco mais indireta, também podem ser relacionados com o crescimento da velocidade de produção e difusão de informações. Ou de documentos, como argumentam Buckland<sup>54</sup> e Schwarz<sup>55</sup>: o que é novo para a humanidade é a quantidade de documentos, portanto seria mais preciso, segundo Buckland (2017), falar em Sociedade do Documento em vez de Sociedade da Informação, neste momento em que as interações são objetificadas (Schwarz fala em “*interaction objectuality*”) e o capital social é materializado na forma de seguidores em redes sociais (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022).

Esta alta velocidade de produção e difusão de informações (ou documentos) e nossas dificuldades em lidar com ela são evidenciadas especialmente nos termos infodemia, mencionado por Araújo, e *infoxicación*<sup>56</sup>, que apareceu nas entrevistas realizadas na Espanha: termos que remetem à sobrecarga informacional, à nossa incapacidade de lidar com tanto

54 all groups, and by extension all societies, develop their collective character through shared activity, through collaboration and communication, a “non-information society” would be a contradiction in term. [...] We can see that although the actions themselves are mostly not, in themselves, new, changes in technology have facilitated a greatly increased activity. The real change is in the rise of records. It would be more accurate to speak of an emerging document society. (BUCKLAND, 2017, p. 16-17)

55 When I say interaction objectuality, what I mean is that when interactions are digitally mediated, there are no longer these fleeting moments in time where interactions once were. You’re automatically documented and transformed into durable digital objects. (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado)

56 “um neologismo que se refere, principalmente no ambiente digital, à sobrecarga de informação e seus efeitos negativos” (REYERO; MARTÍN, 2021, p. 104, tradução nossa)

conteúdo. Uma incapacidade que se encaixa no comentário do sociobiólogo Edward Wilson em 2009 (RATCLIFFE, 2018, tradução nossa<sup>57</sup>): “o verdadeiro problema da humanidade é: temos emoções paleolíticas, instituições medievais e tecnologias com poderes divinos”.

É curioso perceber, analisando os sete termos e conceitos<sup>58</sup> mencionados por Araújo (2021), que nenhum deles surgiu após a popularização da internet ou das mídias sociais digitais. Infodemia e pós-verdade podem parecer exceções, mas a primeira já era usada na epidemia de Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS, na sigla em inglês) em 2003 (INFODEMIC, 2022), e a segunda tem registros de uso pelo menos desde a década de 1990 (POST-TRUTH POLITICS, 2022). Mas, se nenhum desses conceitos é novidade, a digitalização das práticas informacionais e da política deu a eles, senão novos sentidos, novas proporções.

### 3.3 Enganação mediada por computador

As interações entre pessoas são mediadas cada vez mais por computadores, especialmente se considerarmos os celulares como um tipo de computador. O celular é utilizado por 99% da população usuária de internet no Brasil (CETIC, 2021), e o consumo de notícias, por exemplo, é realizado neste dispositivo por aproximadamente 76% dos brasileiros conectados (REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM; OXFORD UNIVERSITY, 2021, 2022). Dados de 2020 estimam que 19% dos brasileiros com dez ou mais anos não usavam a internet (CETIC, 2021), mas mesmo pessoas que não têm acesso regular à rede são sujeitas a imperativos do mundo online, como argumentamos na subseção 3.1 - Digitalização da vida. E esses imperativos muitas vezes favorecem a difusão de desinformação, como defendido na subseção anterior (3.2 Digitalização das práticas informacionais e da política).

Segundo Heller, Jacobi e Borges (2020, p. 195), a desinformação explora suscetibilidades emocionais, religiosas, políticas, sociais e de ganho pessoal. Os autores também mencionam três elementos necessários para a desinformação (agente, mensagem e intérprete), análogos aos focos de atuação apontados adiante, no [Quadro 1](#).

A desinformação é uma informação que gera engano, por ser falsa, descontextualizada. Ela visa atender às motivações mencionadas acima: financeira, política, social e psicológica. Há na literatura em inglês duas palavras que podem ter esta tradução:

---

<sup>57</sup> The real problem of humanity is the following: we have Paleolithic emotions, medieval institutions, and god-like technology.

<sup>58</sup> *fake news*, testemunhal falso, discurso de ódio, negacionismo científico, desinformação, infodemia e pós-verdade

*disinformation* e *misinformation*. A primeira, com o prefixo dis- (que indica negação ou uma desconstrução, uma ação contrária), se refere a uma informação criada ou difundida com a intenção de enganar, como seria o caso da desinformação utilizada como arma de guerra. Já o prefixo da segunda palavra, mis-, indica um engano não necessariamente proposital, um erro, como num mal entendido. Segundo o dicionário Oxford Learner's, em tradução livre:

Disinformation: informação falsa que é fornecida deliberadamente<sup>59</sup>

Misinformation: o ato de dar informação errada sobre algo; a informação errada que é dada<sup>60</sup>

Essa diferenciação sobre a intenção do autor ou divulgador da informação é importante quando se pensa na responsabilização dessas pessoas sobre seus atos e as consequências deles. Em uma analogia jurídica, poder-se-ia dizer que na *disinformation* há dolo, e, na *misinformation*, culpa. Tal diferenciação é relevante nas discussões jurídicas e legislativas sobre a desinformação, como o Projeto de Lei conhecido como PL das Fake News.

Seja intencional ou não, a desinformação é um problema de grandes proporções nos ambientes digitais, especialmente com o uso em massa de mídias sociais e mensageiros instantâneos. Embora a definição sobre intenção ou não de um produtor ou disseminador de informação falsa seja interessante para a sua responsabilização, é uma questão bastante complexa, que dificulta um combate rápido e efetivo à desinformação através da responsabilização legal dos envolvidos. Pode-se adicionar ainda que os ritmos das instituições democráticas (como o judiciário na penalização ou o legislativo na regulação) são mais lentos que os ritmos das inovações tecnológicas, e certamente mais lentos que o ritmo de circulação da desinformação. Como escreveu Harari: “Hoje, a velocidade das revoluções tecnológicas ultrapassa a dos processos políticos, o que faz com que tanto parlamentares como eleitores percam o controle.” (HARARI, 2016, p. 377).

Pensando nessas diferentes velocidades, outras ações, como a coibição automatizada de comportamentos inautênticos, promovidas ultimamente por algumas plataformas em parceria com instituições parceiras, parecem ser mais adequadas no enfrentamento em larga escala do problema.

São contínuas as medidas [por parte das plataformas] de remoção de perfis e páginas com base na ideia de enfrentamento ao comportamento inautêntico, com anúncios importantes feitos ao menos desde 2018 no Brasil. (BRITO CRUZ; FRAGOSO; MASSARO; 2020).

<sup>59</sup> false information that is given deliberately

<sup>60</sup> the act of giving wrong information about something; the wrong information that is given

Um comportamento inautêntico seria, por exemplo, uma conta ou página em mídia social que se faz passar por um jornal, mas na verdade é gerida por um detentor de cargo em comissão no serviço público, com a intenção de favorecer um grupo político. Outro comportamento inautêntico seria a manutenção de diversas contas coordenadas pela mesma pessoa, para forjar artificialmente a ideia de engajamento de grupo, como se fossem diversas pessoas. Um terceiro exemplo seriam os robôs (*bots*), que interagem automaticamente nas mídias sociais com o mesmo objetivo de simular engajamento popular. O foco no comportamento inautêntico permite uma atuação mais rápida do que o foco no conteúdo (se a informação é falsa ou verdadeira, opinião ou fato), já que é possível automatizar parte do diagnóstico sobre contas falsas e robôs, por exemplo (ANTIVÍRUS 11..., 2020). O foco no conteúdo exige uma avaliação rigorosa das mensagens, como no *fact-checking*, que costuma levar mais tempo e, por isso, não ter a mesma efetividade no ambiente ágil das mídias sociais. Pode-se atuar para combater a desinformação em três frentes:

- **na da produção ou emissão de mensagens**, onde estão os influenciadores, donos de canais, donos de *botnets*, criadores de conteúdo;
- **na da mediação**, onde estão as plataformas, as mídias;
- **na da recepção** ou consumo de mensagens, onde estão os usuários em geral.

Outro exemplo de atuações para coibir desinformação e promover uma relação mais saudável das pessoas com as plataformas são melhorias de *design* das plataformas, focadas na frente da mediação. Lorenz-Spreen *et al* (2020) propõem mudanças de design nas plataformas, embasadas na ciência comportamental, que sejam adotadas pelas empresas ou impostas por regulações governamentais. A compreensão, por exemplo, de que “a relação entre plataformas [digitais] e pessoas é profundamente assimétrica” (LORENZ-SPREEN *et al*, 2020, p. 1102, tradução nossa) é um passo na direção da proposta desses autores de “promover verdade, autonomia e discurso democrático” através das ciências comportamentais. Os autores apontam que:

[...] as plataformas têm um conhecimento profundo do comportamento dos usuários, enquanto os usuários sabem pouco sobre como seus dados são coletados, como são explorados para propósitos comerciais ou políticos, ou como seus dados e os de outros são usados para formatar sua experiência online.

Essas assimetrias no modelo de negócios das *Big Techs* criaram uma ecologia da informação opaca, que corrói não só a autonomia do usuário, mas também o intercâmbio transparente sobre o qual as sociedades democráticas são construídas. (LORENZ-SPREEN *et al*, 2020, p. 1102, tradução nossa<sup>61</sup>).

---

61 The relationship between platforms and people is profoundly asymmetric: platforms have deep knowledge

Apesar do diagnóstico, os autores defendem que “o mundo online tem o potencial de oferecer dicas digitais que podem ajudar as pessoas a avaliar a qualidade epistêmica dos conteúdos” (LORENZ-SPREEN *et al*, 2020, p. 1103, tradução nossa)<sup>62</sup>. Sugerindo principalmente soluções de design de interface e transparência, os autores pontuam que a consciência sobre as estratégias de manipulação e sobre as vulnerabilidades pessoais “torna as pessoas mais aptas a identificar e resistir à manipulação” (LORENZ-SPREEN *et al*, 2020, p. 1107, tradução nossa).

São propostas configurações transparentes que deem aos usuários poder de controlar suas linhas do tempo (Figura 3).

Exemplo de uma linha do tempo de mídia social organizada com transparência. Os tipos de conteúdo são claramente distinguidos, os critérios de classificação e seus valores são mostrados em todos os posts, e os usuários podem ajustar seus pesos. (LORENZ-SPREEN *et al*. 2020, p 1105, tradução nossa<sup>63</sup>)

Cada *post* traria consigo um escore, dando clareza sobre os critérios pelos quais está aparecendo com tal prioridade (critérios como recência, curtidas, número de referências citadas, engajamento de amigos).

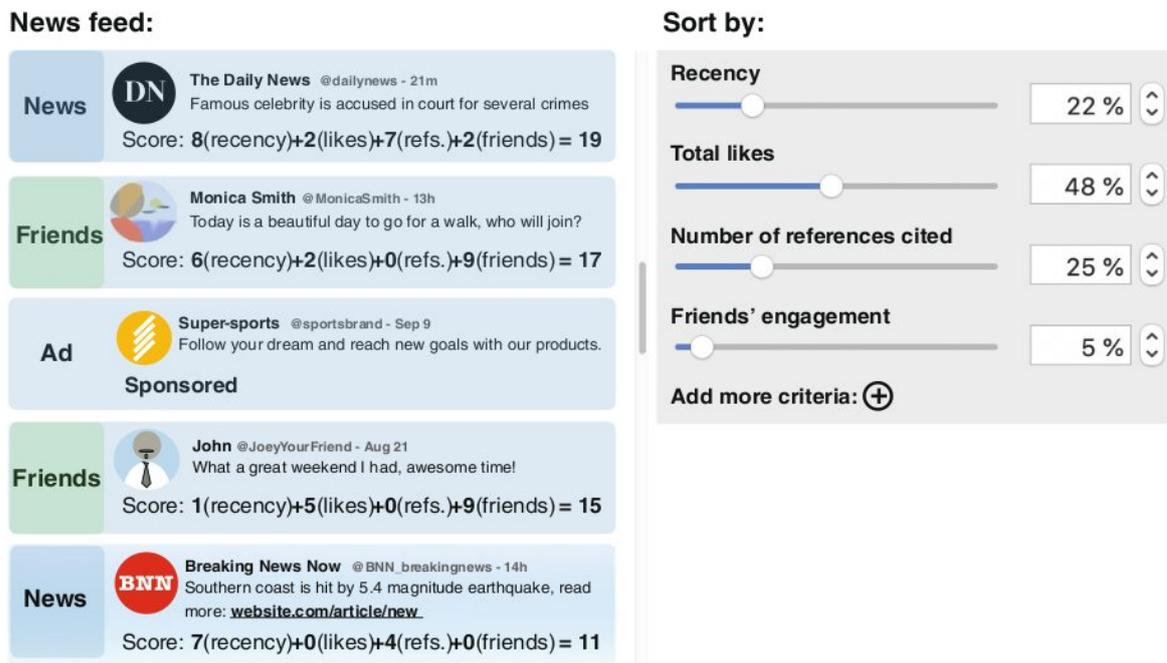
---

of users’ behaviour, whereas users know little about how their data is collected, how it is exploited for commercial or political purposes, or how it and the data of others are used to shape their online experience. These asymmetries in Big Tech’s business model have created an opaque information ecology that undermines not only user autonomy but also the transparent exchange on which democratic societies are built.

62 The online world has the potential to provide digital cues that can help people assess the epistemic quality of content 48–50 —the potential of self-contained units of information (here we focus on online articles and social media posts) to contribute to true beliefs, knowledge and understanding—and the public’s attitudes to societal issues.

63 example of a transparently organized news feed on social media. Types of content are clearly distinguished, sorting criteria and their values are shown with every post, and users can adjust weightings.

**Figura 3** – “Exemplo de linha do tempo organizada com transparência”



Fonte: Lorenz-Spreen et al. (2020)

No Quadro 1, trazemos alguns exemplos de ações para combater a produção e/ou disseminação de desinformação. Destacadas em **negrito**, as ações que, na nossa interpretação a partir das diversas fontes consultadas ao longo desta pesquisa ou mesmo fora do seu escopo, parecem ser mais efetivas.

**Quadro 1** – ações para combate à desinformação segundo seu foco

Foco da atuação	Agência ou iniciativa principal		
	Estado, pública	Empresas (plataformas)	Cidadãos (consumidores)
<b>Produtor (emissor)</b>	Responsabilização penal por produzir ou difundir desinformação; regulação do financiamento de conteúdos (propaganda, impulsionamento)	<b>Bloqueio semiautomatizado de contas inautênticas (falsas, múltiplas, enganosas, robôs);</b> limitação de encaminhamento de mensagens (ex: a 5 contatos por vez); financiamento de produtores de informação (ex: jornais); parcerias com checadores de fatos	Denúncia de conteúdo inadequado; denúncia de contas inadequadas
<b>Meio (mídia)</b>	<b>Regulação das plataformas (exigência de transparência ou auditorias externas nos algoritmos de organização e oferta de conteúdos);</b> subsídios a boas práticas; penalização a abusos	Auditorias internas nos algoritmos de organização e oferta de conteúdos aos usuários; melhorias de design para coibir a desinformação e outros problemas <sup>64</sup>	Ativismo pelo consumo (boicote de produtos ou plataformas); <b>pressão por mudanças que privilegiem o espaço público em detrimento dos interesses comerciais ou eleitorais</b>
<b>Consumidor (receptor)</b>	<b>Educação midiática e informacional (promoção de competências);</b> campanhas de informação	Oferta de configurações de notificações e dos algoritmos de recomendação ou linha do tempo	Autorregular o tempo de uso das plataformas e produtos de informação (controle de horários, de notificações); revisão de práticas de interação (contas a seguir, discussões a engajar, compartilhamento responsável <sup>65</sup> )

Fonte: elaboração própria (2023).

As colunas mostram a *Agência ou iniciativa principal* de algumas ações que podem ser feitas para combater desinformação. Os cidadãos ou consumidores estão representados na terceira coluna, mas devemos lembrar também que o Estado (ou a iniciativa pública, primeira coluna) e as plataformas (ou a iniciativa privada, segunda coluna) são entidades formadas por indivíduos, que são consumidores e cidadãos, mas também exercem papéis institucionais. E os indivíduos que não são diretamente partícipes de órgãos de Estado, ou de empresas que possam atuar contra a desinformação, são cidadãos que podem, indiretamente, dentro da institucionalidade democrática e através da política, interferir nos destinos dessas entidades.

As técnicas apenas se realizam, tornando-se história, com a intermediação da política, isto é, da política das empresas e da política dos Estados, conjunta ou separadamente. (SANTOS, 2021, p. 32).

64 Como as melhorias sugeridas por Lorenz-Spreen *et al.* (2020)

65 Como sugerido em <https://www.postarounao.com.br/>

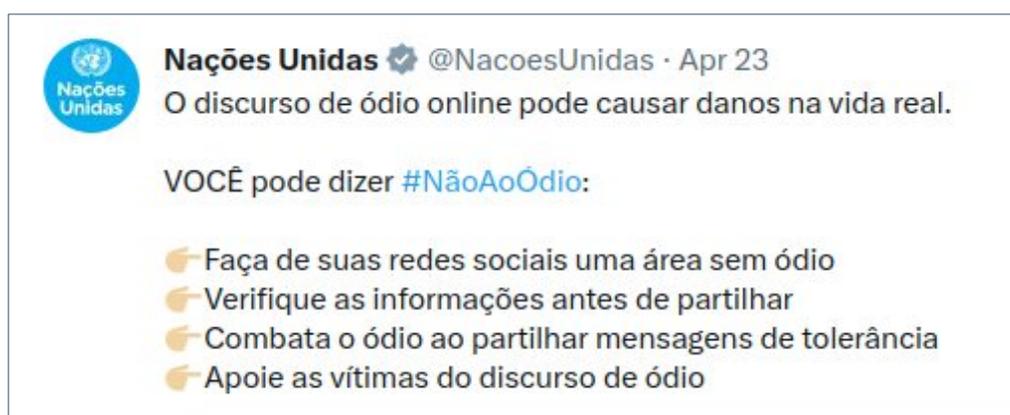
Muitas das ações de combate à desinformação focam nos cidadãos ou consumidores individualmente. E mesmo o *fact-checking*, que mira na (des)informação ao visar desmentir declarações falsas, costuma direcionar seus esforços aos consumidores, aos leitores. No portal de checagem brasileiro “Aos Fatos”, a página [Nosso Método](#) fala aos “seus leitores”, à “sua audiência” e em “ajudar as pessoas a tomarem decisões melhores”. O [Projeto Comprova](#) declara que sua missão é “informar os leitores de maneira precisa [...]”. Outro exemplo de atuação focada nos consumidores são as campanhas educativas para que as pessoas verifiquem as informações antes de repassar. O site [Postar ou não?](#), por exemplo, traz na sua capa a frase "Você é responsável pelo que compartilha". No mesmo sentido, as Nações Unidas publicaram em suas redes sociais mensagens direcionadas à segunda pessoa do singular (Figuras 4 e 5), dia 25 de abril de 2023:

**Figura 4** – tweet em espanhol da conta *Naciones Unidas*



Fonte: captura de tela de [https://twitter.com/ONU\\_es](https://twitter.com/ONU_es)

**Figura 5** – tweet em português da conta Nações Unidas



Fonte: captura de tela de <https://twitter.com/nacoesunidas>

Concordamos com a intenção de levantar a conscientização sobre a responsabilidade dos cidadãos (consumidores) no combate à desinformação. Acreditamos que isso deve incluir

nosso comportamento nas mídias sociais, sem se restringir a ele. Uma educação que inclua contribuições teóricas das competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação pode estimular diversas das ações listadas no Quadro 1. A promoção da conscientização sobre a desinformação nos anos 2020, que chamamos nesta subseção de “enganação mediada por computador”, pode estimular a atuação de cidadãos nas diversas frentes apontadas no quadro: são 9 as combinações entre foco da atuação e agência ou iniciativa principal. Em todas elas, a responsabilidade cidadã é um vetor de mudanças. Na experiência em campo, confrontamos essas 9 combinações com as percepções dos sujeitos entrevistados, futuros ou atuais profissionais e acadêmicos das áreas de Informação e Comunicação.

## 4 COMPETÊNCIAS

As competências estão historicamente ligadas com expectativas de uma sociedade sobre habilidades e comportamentos de seus membros (NSW 2014 apud DALY, 2015; SILVA; BEHAR, 2019)<sup>66</sup>, ou sobre “conhecimentos, habilidades e atitudes que o sujeito desenvolve ao longo da sua vida para se informar e se comunicar em sociedade” (BRANDÃO, 2022, p. 18).

De origem norte-americana, *information literacy* poderia ganhar uma tradução próxima a “alfabetização informacional” em português. Os espanhóis, por exemplo, optaram por *alfabetización informacional* e os portugueses por “literacia da informação”. No Brasil, houve um período de discussão e dissenso quanto à nomenclatura: se alfabetização, se letramento, se fluência, tendo predominado a expressão “competência em informação”. (BORGES, 2022, p. 44).

À exceção de “competência”, nessas palavras está evidente uma raiz que remete a “letra” (*littera* em latim), a unidade mínima de sistemas alfabéticos de registro escrito da linguagem. No caso de “alfabetização”, a raiz remete ao nome das duas primeiras letras gregas, e também à instrução e ao domínio da linguagem, ideia que também aparece em “fluência”. Na próxima subseção, será discutido brevemente como diferentes momentos históricos exigiram o domínio sobre diferentes sistemas de comunicação (como a leitura e a escrita) para a participação social, e como isso repercutiu nos nomes e conceitos utilizados para a educação de cidadãos. No subcapítulo 4.2 Mídias sociais, vigilância, autonomia: uma perspectiva crítica, esses elementos de grande importância para a sociedade e para o entendimento da desinformação serão abordados. Já nos subcapítulos 4.3 Competência Crítica em Informação e 4.4 Competências Infocomunicacionais, esses ferramentais teóricos acrescentarão perspectivas de compreensão e atuação sobre a desinformação.

### 4.1 Competências, alfabetizações, letramentos (midiáticos, noticiosos, digitais, infocomunicacionais) e sua relação com a educação

Segundo Daly (2015), o significado de *literacy* vai de “saber ler e escrever” até significados mais focados em habilidades (o que se costuma chamar “alfabetismo funcional” em português). Vera Ribeiro (1997) explica a origem do termo alfabetismo funcional:

O termo alfabetismo funcional foi cunhado nos Estados Unidos na década de 1930 e utilizado pelo exército norte-americano durante a Segunda Guerra, indicando a

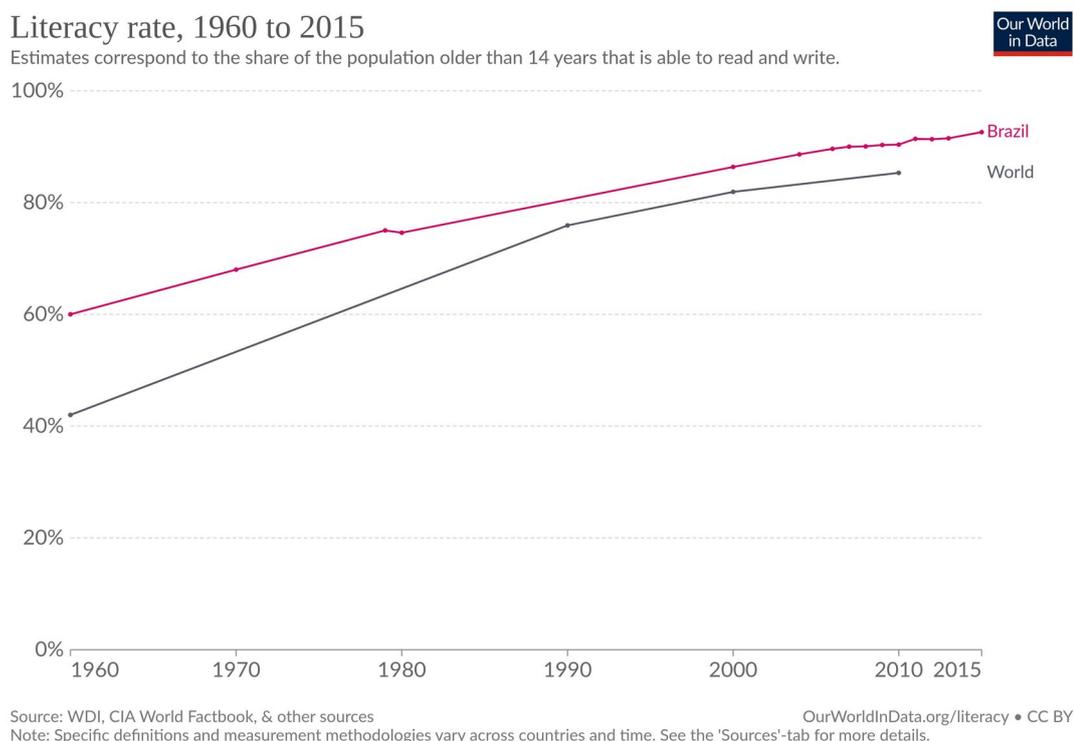
66 Silva e Behar (2019, p. 26, grifo nosso) falam da expectativa que incide sobre os sujeitos da sociedade digital: “...o **que se espera** de um sujeito digitalmente competente é que este possa compreender os meios tecnológicos o suficiente para saber utilizar as informações, ser crítico e ser capaz de se comunicar utilizando uma variedade de ferramentas”.

capacidade de entender instruções escritas necessárias para a realização de tarefas militares (Castell, Luke & MacLennan 1986). A partir de então, o termo passou a ser utilizado para designar a capacidade de utilizar a leitura e a escrita para fins pragmáticos, em contextos cotidianos, domésticos ou de trabalho [...] (RIBEIRO, 1997, p. 145)

Como dito na introdução deste capítulo, diferentes momentos históricos demandam domínio sobre diferentes sistemas de comunicação, sendo a linguagem escrita talvez o principal deles, por ser também essencial para diversos outros. O Departamento de Educação e Treinamento de New South Wales associou a dificuldade de definição de *literacy* às mudanças contínuas do que se espera que indivíduos alfabetizados façam numa sociedade (NSW, 2010 apud DALY 2015).

É interessante pensar esse conceito de *letramento* quando notamos que o percentual da população mundial que usava a internet em 2021 (65%)<sup>67</sup> é equivalente ao de pessoas que sabiam ler em 1970<sup>68</sup>. No Brasil, em 2020 éramos 81% de usuários de internet (CETIC, 2021), proporção superior aos alfabetizados em 1980 (75%).

**Figura 6 – taxa de alfabetismo no Brasil e no mundo**



Fonte: Our World in Data (2022).

Brasilina Passarelli e Ana Claudia Gomes descrevem novas literacias como “conjunto

67 <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2021.pdf>

68 <https://ourworldindata.org/literacy#global-literacy-has-grown-substantially-in-the-last-two-centuries>

de habilidades e/ou competências construídas a reboque do uso de diferentes tecnologias” (PASSARELLI; GOMES, 2020, p. 255). Diferentes contextos econômicos, políticos ou socioculturais geraram diferentes expectativas sobre as habilidades esperadas de alguém educado, levando ao surgimento de novas expressões como letramento midiático, visual, informacional, cultural (RIBEIRO, 1997; DALY, 2015). Essa evolução conceitual trouxe a atenção, além de ao letramento enquanto capacidade técnica, para os processos de significação e de letramento enquanto capacidade de interpretação crítica dos conteúdos (CALDEIRO-PEDREIRA; AGUADED-GÓMEZ, 2015). Assim, a mídia e, posteriormente, o mundo digital, passaram a ser foco de análise das *literacies*.

[...] Especialistas em competência midiática apontaram o crescente papel que a televisão, o cinema, a publicidade e as mídias online desempenham nas vidas das pessoas ao longo do último meio século. As maneiras como esses meios de comunicação funcionam nem sempre são transparentes e tanto crianças quanto adultos podem achar um desafio, por exemplo, descobrir quem é o proprietário e quem produz determinadas mídia e tecnologia, e quais interesses corporativos são representados neles. Competência midiática também envolve a interpretação e produção de significados compartilhados, e a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens em uma variedade de contextos. (HAGUE; WILLIAMSON, 2010, não paginado, tradução nossa<sup>69</sup>).

Hague e Williamson (2010, não paginado, tradução nossa) utilizam a expressão *critical digital literacy*, justificando que “habilidades técnicas devem ser integradas a habilidades de pensamento crítico e à atenção a questões mais amplas como: por que e como nós usamos computadores e como isso afeta os significados que produzimos e recebemos” (tradução nossa). O Digital News Report de 2018 chamou de “*news literacy*” a competência vinculada ao consumo de notícias, em meios digitais ou não. Eles encontraram correlação entre maior competência e maior discernimento sobre a credibilidade das fontes, mesmo quando o consumo se dá em redes sociais<sup>70</sup> (FLETCHER, 2018, não paginado).

Borges (2013, p. 98) pontua que, apesar de autores terem cunhado termos diversos para dar conta dos letramentos ou competências exigidos pelo ambiente digital, o “conceito por trás dos termos vem encontrando certa uniformidade, usualmente relacionado à capacidade de aproveitar os recursos digitais e o conteúdo que por eles flui para resolver

---

69 Media literacy experts pointed out the growing role that television, film, advertisements and online media have played in people's lives over the past half-century. The ways that these media work are not always transparent and both children and adults may find it challenging, for example, to work out who owns and produces particular media and technology, and what corporate interests are being represented by them. Media literacy also involves the interpretation and production of shared meanings, and the ability to access, analyse, evaluate and create messages across a variety of contexts

70 “Those with higher levels of news literacy may rely less on social media for news, but they appear to be more discerning when they do use it. When deciding whether to click through to a story, they are more likely to pay attention to a range of different credibility cues”.

questões cotidianas e interagir na sociedade”. Este surgimento de novas expressões para acompanhar o advento de novas mídias costuma manter a predominância de uma abordagem instrumental, com foco no domínio de novas técnicas para a integração a um novo ecossistema informacional. Assim, essas expressões tendem a se relacionar com as abordagens da competência em informação como as que aparecem nos relatórios da *American Library Association* de 1989 e 1998 (ALA, 1998, 1989).

Duas novas expressões que surgiram em resposta a este contexto são as competências infocomunicacionais (InfoCom) e a competência crítica em informação (CCI). Elas se diferenciam de outras das competências mencionadas por não focarem em uma mídia específica e por irem além do foco instrumental: as InfoCom inovam ao integrarem saberes e práticas e área da Comunicação, e a CCI ao integrar o foco numa práxis emancipadora. Uma premissa do presente trabalho é que a promoção da educação para a informação, especialmente quando embasada teoricamente pelas competências infocomunicacionais e pela competência crítica em informação, pode diminuir desigualdades de oportunidades.

A crença na possibilidade de mobilidade social por meio da educação está vinculada com a construção de uma comunidade com maior igualdade de oportunidades. Giddens (2012, p. 332) define mobilidade social como “o movimento de indivíduos e grupos entre diferentes posições socioeconômicas”. Citando pesquisas de diferentes autores<sup>71</sup>, o sociólogo sublinha a importância da educação como promotora da mobilidade vertical ascendente: “aqueles que ganham em propriedade, renda ou status são considerados ascendentemente móveis” (GIDDENS, 2012, p. 332). Na mesma direção, a iniciativa [MIL CLICKS](#), da Unesco (201?), traz a promoção de competências em mídias e em informação como necessárias a uma educação completa<sup>72</sup>.

O uso e manejo correto das novas formas de comunicação conferem um valor agregado e positivo à vida das pessoas; além disso, contribuem para o crescimento das sociedades de que formam parte e nas quais se incluem. (CALDEIRO-PEDREIRA; AGUADED-GÓMEZ, 2015, p. 39, tradução nossa<sup>73</sup>).

---

71 “Blau e Duncan enfatizam a importância da educação e formação nas chances de sucesso do indivíduo” (GIDDENS, 2012, p. 333). “Um importante estudo [...] publicado como *Twenty-Something in the 1990s* (Bynner et al., 1997) acompanhou a vida de 9 mil britânicos nascidos na mesma semana na década de 1970. [...] O estudo concluiu que os jovens que lidavam melhor com a transição para a idade adulta eram aqueles que obtinham melhor educação, postergavam os filhos e o casamento e tinham pais em ocupações profissionais”. (GIDDENS, 2012, p. 336).

72 “Education (Educación)/Economy (economía): Reconozco que pertenezco a la aldea y economía mundial. Estoy convencido de que una educación completa necesita habilidades y competencias en materia de los medios de comunicación y de la información.” ([Pacto Mil Clicks em Espanhol, UNESCO, 201?](#)).

73 “el uso y manejo correctos de las nuevas formas de comunicación confieren un valor añadido y positivo a la vida de la persona; además de ello, contribuyen al crecimiento de las sociedades de las que forman parte y en las que se incluyen.”

Acreditamos, influenciados pela Pedagogia Crítica, que esta educação deve ser, além de técnica, preparatória para uma integração no mercado de trabalho e trazedora de melhores condições materiais, também estimuladora de transformação social, de conscientização e de autonomia para além deste mercado. Ou seja, uma “formação que, incluindo a preparação técnico-científica, vai mais além dela” (FREIRE, 2011, p. 84), pois “[s]e a educação não é a chave das transformações sociais, não é também simplesmente reprodutora da ideologia dominante” (FREIRE, 2011, p. 75).

A educação aparece em Zuboff (2020) como central na organização da sociedade: a autora tem a *divisão da aprendizagem* como um dos conceitos principais de sua teoria sobre o Capitalismo de Vigilância. A expressão faz referência às reflexões de Durkheim sobre a *divisão do trabalho* e sua importância para a ordem social na sociedade moderna, através do fomento a laços de solidariedade.

De maneira previsível, imperativos econômicos determinavam a divisão do trabalho na produção, mas qual era o propósito da divisão do trabalho na sociedade? Essa era a questão que motivara a análise de Durkheim, e suas conclusões tiradas há mais de um século ainda nos são relevantes hoje. Ele argumentou que a divisão do trabalho contribui para as interdependências e reciprocidades que ligam os muitos e diversos integrantes de uma sociedade industrial moderna a uma noção mais ampla de solidariedade. Reciprocidades geram necessidade, envolvimento e respeito mútuos, que impregnam o novo princípio ordenador de força moral. (ZUBOFF, 2020, p. 216).

Para a autora, os domínios do trabalho e do aprendizado têm sido confundidos em muitas profissões, já que aprender é “aquilo que a maioria de nós faz quando trabalha” (ZUBOFF, 2018, p. 21)<sup>74</sup>. Como bem apontou Arthur Bezerra na banca de qualificação deste trabalho, é importante assinalar que o sujeito dessa frase, um grupo do qual a maioria “aprende quando trabalha”, não é a classe trabalhadora como um todo, nem a maioria dela, especialmente no sul global. Em parcial defesa de Zuboff, é necessário comentar o contexto em que a frase acima aparece, logo após ser mencionado que é “difícil imaginar” quando a mediação por computador e o “aprendizado como parte do trabalho” não eram norma “pelo menos para amplos setores da força de trabalho” (ZUBOFF, 2018, p. 21). Mas o ponto principal da sua argumentação são as dinâmicas de poder e participação envolvidas: “A divisão do aprendizado, assim como a divisão do trabalho, é sempre conformada por disputas sobre as seguintes questões: Quem participa, e como? Quem decide quem participa? O que acontece quando a autoridade falha?” (ZUBOFF, 2018, p. 22).

---

74 “O aprendizado em tempo real, baseado em informação e mediado pelo computador, tornou-se tão endógeno para as atividades cotidianas dos negócios que os dois domínios já se confundem, sendo aquilo que a maioria de nós faz quando trabalha.”

A divisão do aprendizado, que reflete uma espécie de desigualdade educacional, estaria repetindo hoje o movimento que Durkheim relatou sobre a divisão do trabalho: sair da esfera econômica para integrar a organização da sociedade em geral.

*A divisão da aprendizagem é para nós, integrantes da segunda modernidade, o que a divisão do trabalho foi para nossos avós e bisavós pioneiros da primeira modernidade. Hoje, a divisão da aprendizagem surge a partir da esfera econômica como um novo princípio de ordem social e reflete a primazia da aprendizagem, da informação e do conhecimento na busca atual por uma vida efetiva. E assim como Durkheim advertiu sua sociedade um século atrás, nossas sociedades são ameaçadas à medida que a divisão da aprendizagem vai em direção à patologia e injustiça nas mãos das assimetrias sem precedentes de conhecimento e poder que o capitalismo de vigilância conquistou. (ZUBOFF, 2020, p. 217).*

Em Zuboff (2020), as disputas de poder envolvendo a divisão da aprendizagem são expostas em perguntas atualizadas em relação a Zuboff (2018): “Quem sabe?” “Quem decide?” “Quem decide quem decide?”. Essas questões ecoam as preocupações da Pedagogia Crítica com as relações entre poder, conhecimento e autoridade (BARROSO TRISTÁN, 2013). Nas palavras de Freire (2011, p. 77), “a desconsideração total pela *formação* integral do ser humano e a sua redução a puro treino fortalecem a maneira autoritária de falar de cima para baixo”.

Bentes (2021) aponta que decisões envolvendo conhecimento e poder são tomadas de cima para baixo pelas empresas controladoras de plataformas digitais, sem participação dos usuários. Decisões tomadas com a característica opacidade das operações da economia da atenção e da gestão algorítmica proprietária. As perguntas de Bentes, que problematiza a capitalização do nosso tempo e da nossa atenção, complementam as de Zuboff:

*Como essas empresas estão tomando decisões a respeito de nossos hábitos a partir do monitoramento de nossos dados? Que decisões são essas e em favor do quê se direcionam? Que tipo de conhecimento é esse que está sendo produzido pelos mecanismos algoritmos sobre nossos comportamentos e como ele está sendo utilizado para conduzir nossas condutas? Que estratégias os próprios usuários poderiam utilizar para mobilizar uma participação mais ativa nas decisões sobre seus próprios dados nessa economia? (BENTES, 2021, p. 232)*

É uma perspectiva que nos leva a pensar os pressupostos do que se observa, e que proporciona uma aproximação não apenas entre os temas da educação e da desigualdade, mas também deste com as competências em informação e em comunicação.

*As literacias e competências críticas em informação e em mídia – tanto comunicativas quanto culturais, educacionais e cognitivas – são fundamentais para que os indivíduos contextualizem e utilizem a informação, o que leva a uma velha discussão: a desigualdade social não é apenas uma questão relativa ao compartilhamento apropriado de recursos, mas também à participação na determinação de oportunidades de vida, tanto individual quanto coletivamente.*

(BEZERRA; ALMEIDA, 2020, p. 12-13, tradução nossa<sup>75</sup>).

Assim, as habilidades, atitudes e conhecimentos representados pelas competências desnudam, no encontro com a questão da desigualdade, um potencial de emancipação. Ao beber na Pedagogia Crítica de Freire, tanto as competências infocomunicacionais como a competência crítica em informação advogam pela conscientização dos sujeitos (BRANDÃO, 2022; BEZERRA, 2021).

## 4.2 Mídias sociais, vigilância, autonomia: uma perspectiva crítica

As mídias sociais são espaços de crescente importância nas vidas das pessoas que usam a internet – dois terços da população mundial em 2022 (INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION, 2023). Seja para usos pessoais, profissionais, acadêmicos, lúdicos, e às vezes com tudo isso misturado, a internet é tomada de aplicativos sociais centralizadores, que dificultam a separação e o controle sobre esses domínios. Um mesmo mensageiro líder de mercado (ou as redes sociais controladas pela mesma empresa) costuma nos alertar, e às vezes interromper, com notificações da família, do trabalho, de amigos. Este cenário de mídias plataformizadas é onde alguns de nós produzimos<sup>76</sup> conteúdo, mas todos, dentre os que usamos a internet, consumimos conteúdo, numa interatividade que muitas vezes seria melhor classificada como “interpassividade” (INTERPASSIVITY, 2023). A desinformação como um fenômeno recente de impactos globais prospera principalmente nessas mídias sociais, por isso é importante que elas sejam objeto de análise de áreas como a Comunicação (GARCÍA-MARÍN; SALVAT MARTINREY, 2021) e a Informação (ARAÚJO, 2021).

A análise que pretendemos empreender neste trabalho é crítica, buscando inspiração, por exemplo, na Filosofia, para questionar o que há por trás de discursos, seus pressupostos, tentando estabelecer distância analítica em relação ao que é cotidiano ou tido como dado.

Então, Kant e Hegel, apesar de todas as suas diferenças, permanecem presos à estrutura proposicional dos juízos, não se perguntando sobre os pressupostos. Mas

75 “Critical media and information literacies and competences – both communicative, as well as cultural, educational and cognitive – are fundamental for individuals to contextualize information and use it, which leads to an old discussion: social inequality is not just an issue regarding the appropriate sharing of resources, but participation in determining life opportunities both individually and collectively.”

76 A pesquisa de Silva (2022) mostra que, mesmo dentre jovens entre 18 e 29 anos, de Salvador, que se declararam interessados em política, ou seja, um público que se esperaria mais propenso a criar conteúdo, a maioria não publica conteúdo de autoria própria. “Em relação a textos, fotos, vídeos, músicas ou memes de autoria dos próprios participantes, 44% afirmam *raramente* ou *nunca* postar, enquanto 34% postam na internet *sempre* e *muitas vezes*. Outros 40% também garantem alterar e divulgar seus próprios conteúdos *raramente* ou *nunca*, contra 35% dos que realizam essa ação *sempre* ou *muitas vezes*.” (SILVA, 2022, p. 210, grifos da autora).

tal pergunta é necessária? De onde vem sua força dramática? A ciência utiliza proposições, fala, diz algo sobre o mundo. A filosofia faz a mesma coisa. Nós, na nossa vida cotidiana, também estamos fazendo a mesma coisa. Falar, então, sobre as proposições significaria falar sobre a ciência, sobre a filosofia, sobre a nossa vida cotidiana, significaria estabelecer a distância, pensar criticamente sobre todos estes nossos tipos de discurso. Essa possibilidade denotaria uma confrontação com o positivismo, o fetichismo, a reificação do pensamento. Seria talvez a abertura das condições de uma vida autêntica. (MILOVIC, 2004, p. 91).

Este posicionamento vai na mesma direção da tendência recente no Brasil, apontada por Freire (2020), de estudos tematizando a dimensão social e humana da Ciência da Informação. Segundo o autor, “o desenvolvimento do pensamento crítico torna-se fundamental, e a premissa da responsabilidade social da Ciência da Informação uma necessidade urgente” (FREIRE, 2020, p. 6).

Quando pensamos sobre as mídias sociais, as plataformas e o que elas significam na comunicação digital, podemos analisar suas características econômicas e institucionais como um produto histórico. González de Gómez (2020, p. 18) propõe a discussão da “relação entre o projeto ideacional de uma Internet aberta e a proliferação de plataformas, por vezes atuando como monopólios ou monopsônios”. Tal proposta instiga o diálogo entre a estrutura inicialmente descentralizada e aberta da internet, a proliferação de plataformas criadas no seio da mencionada Ideologia Californiana (ver [capítulo 3.1 – Digitalização da vida](#)), e a atuação dessas plataformas de maneira economicamente abusiva, como únicas prestadoras de serviço ou como únicas compradoras.

A visão de empresas do Vale do Silício como monopolistas é comum, e podemos, a título de exemplo, pensar num processo cotidiano de recuperação de informação. Neste exemplo, não é improvável que pertençam ao mesmo conglomerado: os servidores das bases de dados (a nuvem), o mecanismo de recuperação (motor de busca), eventual mediação de anúncios publicitários mostrados ao usuário, o sistema de identificação (autenticação) do usuário perante o serviço utilizado, o navegador utilizado para o acesso, o sistema operacional instalado no dispositivo do usuário (seja ele um computador, celular ou central de mídia). Também é possível que o próprio dispositivo utilizado seja da mesma marca, que também produz *hardware*. Uma única empresa, cujo nome é desnecessário mencionar dada a popularidade dos seus serviços, atua em todas essas importantes áreas, sendo líder de mercado na maior parte delas.

Mas, enquanto a visão das gigantes de tecnologia e das plataformas de redes sociais como monopólios é relativamente comum, a proposta de considerá-las monopsônios, ou compradores únicos de determinados produtos, não é tão usual. Ela condiz com a visão de

Dantas (IBICT, 2021), que considera o uso de mídias sociais um “consumo produtivo”, e com a de Bucci (ILUSTRÍSSIMA CONVERSA, 2020, não paginado), que diz que, nas redes sociais, não somos consumidores, mas trabalhadores: “tempo de lazer é tempo de trabalho”. Num sentido semelhante, Ori Schwarz diz que estamos produzindo capital no nosso tempo livre: “todos contribuimos para a economia digital fora da esfera do trabalho”<sup>77</sup> (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa). No exemplo do parágrafo anterior, estaríamos, então, produzindo (enquanto consumimos<sup>78</sup>), trabalhando (durante o tempo livre) para o monopólio que controla *softwares* e *hardwares* envolvidos num processo de recuperação de informação.

Zuboff (2020) vai além ao considerar que a “experiência humana”<sup>79</sup> é tratada como recursos naturais pelas empresas do mercado de “comportamentos futuros”, que tem nas mídias sociais uma das principais formas de “extração” de recursos. Para ela, os riscos da crescente implementação do Capitalismo de Vigilância não são apenas de ordem econômica, mas atingem a autonomia individual e a própria democracia.

Esses desenvolvimentos se tornam ainda mais perigosos porque não podem ser reduzidos a males conhecidos — monopólio, privacidade —, portanto, não sucumbem com facilidade às formas de combate as quais já conhecemos. Os novos males com que nos deparamos implicam desafios à santidade do indivíduo, e considero o principal entre esses desafios os direitos elementares que caracterizam a soberania individual, inclusive o *direito a um tempo futuro* e o *direito a santuário*. Cada um desses invoca reivindicações de agência individual e autonomia pessoal como pré-requisitos essenciais para a liberdade de escolha e também o próprio conceito de ordem democrática. (ZUBOFF, 2020, p. 71, grifos da autora).

As mídias sociais são um espaço de destaque neste cenário, especialmente quando pensamos na desinformação. Ori Schwarz (2022, não paginado), na entrevista em que apresenta seu livro intitulado Teoria Sociológica para a Sociedade Digital, em tradução livre, propõe a renovação do entendimento de alguns conceitos para dar conta do momento atual. Segundo o autor, quando as interações são digitalmente mediadas, pode-se falar em “objetualidade das interações”, já que elas são “automaticamente documentadas e transformadas em objetos digitais duráveis” (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa<sup>80</sup>). Neste sentido, o autor reforça a tese de Buckland (2017, p. 17,

77 “We all contribute to the digital economy outside the work sphere”

78 Poderíamos lembrar aqui ao conceito de prossumo como referido por Toffler (1980) ou Jenkins (2009a), mas a produção referida por Dantas, Bucci e Schwarz é a produção “tradicional”, de impacto econômico. Já Toffler não considera a produção do prossumidor como algo que faz parte da economia “tradicional”, que ele chama de “setor B” da economia, a economia das trocas. E Jenkins foca na cultura de produção de conteúdos por uma audiência ativa nas novas mídias, e não na produção econômica ou no valor econômico desta produção cultural.

79 As aspas nesta frase indicam expressões da autora que aparecem recorrentemente no livro

80 When I say interaction objectuality, what I mean is that when interactions are digitally mediated, there are

tradução nossa<sup>81</sup>, grifo do autor) quando, ao discutir a Sociedade da Informação, comenta que “[a] verdadeira mudança é a ascensão dos registros. Seria mais preciso falarmos da emergência de uma sociedade do documento.”

As conversas que temos em redes sociais e mensageiros instantâneos permanecem como objetos com “existência material fora de nós, e não apenas na nossa memória” (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa). Segundo Schwarz, quando “as redes sociais<sup>82</sup> tomam uma forma digital objetificada, o capital social também toma uma forma materializada, a saber, seguidores”<sup>83</sup>. Esta situação modifica relações de poder, dando às plataformas possibilidades de atuação direta no que o autor chama de “capital social generalizado”, que, segundo ele, se torna uma espécie de moeda de circulação comum, se assemelhando ao dinheiro também por ser “quantificável, confiscável, regulável e precificável” pelas plataformas. Elas podem decidir cancelar uma conta, e então “você perde todo o capital social que você acumulou nela. Ou elas podem decidir que só 5%, e não mais 10% dos seus seguidores vão ver cada *post* que você publica, de maneira a desvalorizar seu capital social em 50%” (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa).

Tais dinâmicas sociais e econômicas são, no nosso entendimento, definidoras das mídias sociais proprietárias<sup>84</sup>, da participação em comunidades online nesses locais e, portanto, basilares no fluxo de informação e desinformação que neles ocorre. Estar ciente dessas características dos espaços sociais plataformizados seria, em uma analogia à citação de Milovic (2004) no começo deste subcapítulo, sobre o pensamento filosófico, essencial para mirar os pressupostos, pensar “sobre as proposições”, tentando “estabelecer a distância” crítica. E, assim, buscar a autonomia através duma práxis transformadora, como defende a corrente que é tema do próximo subcapítulo.

### 4.3 Competência Crítica em Informação

Os marcos tecnológicos que impulsionaram a relação do ser humano com a informação geralmente possibilitam maior capacidade de armazenamento, processamento e

---

no longer these fleeting moments in time where interactions once were. You’re automatically documented and transformed into durable digital objects.

81 The real change is in the rise of records. It would be more accurate to speak of an emerging *document society*.

82 Em seu sentido sociológico, não confundir com plataformas de redes sociais digitais.

83 “online, where social networks take an objectified digital form, social capital also takes a materialized form, namely followers”

84 As mais populares mídias sociais são proprietárias, ou seja, tem algoritmos em todo ou em parte fechados (opacos), sob controle empresarial, com fins lucrativos e gestão centralizada. Exemplos de alternativas não comerciais, baseadas em software livre e federadas (de gestão descentralizada) são o [Mastodon](#) e a [diaspora\\*](#)

disponibilização. Ou seja, aumentam a quantidade de informação, ou de documentos com as quais podemos lidar. É o caso da invenção da escrita, da prensa, da computação, e da adoção de suportes cada vez mais convenientes (tábua, papiro, papel, disco rígido) (DEDAVID; BORGES, 2022).

Por outro lado, a Ciência da Informação e seus antecedentes, desde os “arquivos-biblioteca da antiga mesopotâmia, com uma antiguidade de cerca de 5 milênios” (RENDÓN ROJAS, 2020, p. 64, tradução nossa<sup>85</sup>), objetivam otimizar os processos informacionais, de certo modo reduzindo a quantidade de informação com a qual precisamos lidar para determinado fim. Ao recuperar a informação que se busca em um sistema, por exemplo, o que acontece é uma “redução” do banco de dados a alguns resultados de interesse para o usuário (DEDAVID; BORGES, 2022).

Esta atuação enfocaria na relevância dos conteúdos: “como noção-chave da CI, a relevância é considerada uma medida da eficácia do contato entre origem e destino em um processo de comunicação.” (VIOLA, 2022, p. 193). Relevância é, também, algo trabalhado de maneira muito eficiente (para seus objetivos, geralmente comerciais) por algoritmos de busca e de “linhas do tempo” de mídias sociais, que vêm tomando o espaço de editores e mediadores profissionais de informação (BEZERRA; ALMEIDA, 2020; SORJ *et al*, 2018). Este é o cenário da proposta de Furner, relatada por Araújo (2021, p. 12), de uma “virada veritística” na Ciência da Informação, “a partir da qual a verdade iria suplantar a relevância como o principal requisito do fornecimento de informação para os usuários.”

Sem entrar no mérito de tal proposta, podemos destacar, dentro da CI, a Competência Crítica em Informação (CCI) como uma abordagem teórica e prática de reflexão sobre a informação neste contexto. Influenciada pela Teoria Crítica e pela Pedagogia Crítica, tal corrente defende a reflexão teórica e a práxis emancipatória, em oposição a uma educação baseada em habilidades profissionais. Ou seja, defende que a “educação deve cumprir um propósito que não seja o de criar trabalhadores eficientes” (TEWELL, 2015, p. 25), deve ser potencializada para a mudança social, dando aos estudantes o poder de identificar e agir sobre estruturas de poder opressoras (TEWELL, 2015; BRISOLA; DOYLE, 2022).

Este projeto de mudança passa pela pedagogia crítica e sua preocupação com as relações de poder e autoridade envolvendo o conhecimento. Na mesma linha em que Zuboff (2020) chama atenção para a divisão da aprendizagem, Giroux comenta que a pedagogia

---

85 Es ya del todo conocidos los archivos-bibliotecas de la antigua Mesopotamia con una antigüedad de cerca de cinco milenios, como la de Ebla, o un poco posterior, como la de Asurbanipal; o las Casas de la Vida en el antiguo Egipto, a las que posteriormente en el periodo helénico se les unirá el museo, por lo que en un mismo recinto se encontraban archivo, biblioteca y museo.

crítica levanta “questões sobre quem tem controle sobre as condições para a produção de conhecimento, valores e habilidades, e ilumina como o conhecimento, as identidades e a autoridade são construídas num arranjo particular de relações sociais” (BARROSO TRISTÁN, 2013, documento online, tradução nossa<sup>86</sup>).

Bezerra e Schneider (2022, p. 268) propõem a seguinte definição para a CCI: “é a práxis emancipatória atuante em práticas informacionais mediadas pela consciência crítica”. Tal definição nasce a partir de uma perspectiva brasileira derivada de um referencial teórico que põe tradições intelectuais do sul e norte global em diálogo: a CCI brasileira bebe na *Critical Information Literacy* (CIL) estadunidense, que por sua vez é influenciada por Paulo Freire, ele mesmo influenciado por autores europeus como Marx, Hegel e Gramsci (BEZERRA, SCHNEIDER, 2022).

A postura questionadora e de vigilância sobre os poderes atuantes na sociedade levam a CCI a investir

[...] na conscientização de que a informação é socialmente construída; que as pessoas não se tornam competentes, mas aprendem o hábito de questionar as origens, interesses e contextos da produção e disseminação da informação, de uma maneira cumulativa e sempre em construção. (BRISOLA, 2021, p. 363).

Assim, a CCI trata o desenvolvimento da competência como um processo constante, e se distancia de vertentes tecnicistas ou positivistas da competência em informação, que, ao não questionarem as possibilidades de mudança social, acabam servindo para a manutenção das coisas como estão. Ao contrário, a CCI defende uma práxis transformadora (BRISOLA, 2021; BEZERRA, 2020). Ela busca

provocar questionamentos, suscitar necessidades e buscar soluções mediante a problematização crítica da informação e da vida, evidenciando as disputas, opressões e discriminações, atenta às lutas de classe e à promoção da transformação social. (BRISOLA *et al*, 2022, p. 19).

No caminho para uma conscientização transformadora, a CCI tem observado a importância da filtragem algorítmica de redes sociais e da vigilância de dados, diagnosticando um ecossistema que exige cada vez mais dos indivíduos em termos de avaliação crítica e uso ético da informação (BEZERRA; BELONI, 2019; BEZERRA; ALMEIDA, 2020). Como diz Schwarz, o poder algorítmico funciona de maneira diferente, transformando também os modos de resistência, já que é um poder que se impõe automaticamente (NEW BOOKS IN

---

86 “It draws attention to questions concerning who has control over the conditions for the production of knowledge, values, and skills, and it illuminates how knowledge, identities, and authority are constructed within particular sets of social relations.”

SOCIOLOGY, 2022). Repensar as relações de poder é importante porque “cada vez mais decisões, sejam elas sobre bem-estar social, consumidores, polícias ou serviços secretos são delegadas a algoritmos, e muitos mais dispositivos inteligentes agora empregam este tipo de poder algorítmico” (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa<sup>87</sup>). Atenta a esse contexto, a CCI propõe resistir à manipulação, à discriminação e às distopias informacionais promovendo “consciência da desinformação, de seus mecanismos, mas também de suas causas e consequências” e assim aprimorar “as relações do indivíduo com a informação e a realidade” (BRISOLA, 2021, p. 249).

Considerando o cenário desinformativo atual, Schneider (2019) aponta que a CCI pode ser um dispositivo de combate à pós-verdade. Para isso, seria necessário

confrontar mais uma vez racionalmente o problema da verdade, que certamente não é simples, caso queiramos desconstruir crenças eticamente condenáveis com evidências e princípios eticamente defensáveis, em termos argumentativamente racionais, e informações e análises falsas com informações e análises verdadeiras. (SCHNEIDER, 2019, p. 99).

A CCI busca iluminar caminhos e potencialidades para ampliar a liberdade e autonomia das pessoas “no regime de informação dominante que vigora nas redes digitais”, “em tempos de desinformação, mediação algorítmica, vigilância digital e toda sorte de ataques à privacidade” (BEZERRA, 2020, p. 167).

Em linha com o objetivo a) desta pesquisa (analisar as abordagens à desinformação, principalmente a partir das vertentes das competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação), podemos dizer que a CCI aponta para uma emancipação de inspiração marxista, através de conscientização de base freiriana, como um caminho de resistência e esclarecimento em relação à desinformação.

A perspectiva da CCI inspirou também a análise dos resultados obtidos em campo, descritos no capítulo 6.

#### **4.4 Competências Infocomunicacionais**

Ao descrever o conceito de competências infocomunicacionais (InfoCom), Borges e Brandão (2017, p. 18) dizem se tratar do “conjunto e convergência das competências em informação e em comunicação”. A importância da competência em comunicação está, entre outros, em que muitas vezes a informação necessária está com pessoas, sendo necessário

---

<sup>87</sup> “evermore decisions, whether it’s social welfare decisions, or decisions on customers, or decisions of secret services and polices etc, are delegated to algorithms, and many more smart devices now employ this kind of algorithmic power [...]”

interagir, estabelecer relações, comunicar. A principal inovação das InfoCom é a integração da competência em comunicação, que envolve

trocar, criticar e apresentar as informações e as ideias de forma a atingir uma audiência e com ela manter uma relação bilateral. São elementos fundamentais: a capacidade para estabelecer e manter comunicação, a capacidade de disseminar conteúdos de acordo com as características de cada público, a capacidade de participar interativa e criticamente em contextos de discussão e colaboração e a capacidade de desenvolver relações sociais saudáveis. (SOARES et al, 2022, p. 247-8).

Outra descrição do conceito de InfoCom interrelaciona também uma terceira competência: a operacional. Ela envolve saberes para lidar com as tecnologias, algo transversal às competências em informação e em comunicação. Ao chamar atenção às tecnologias, se traz à análise “seu impacto social, político e cultural” (BRANDÃO, 2022, p. 32). Ao descrever essas três competências com seus respectivos componentes e indicadores, Borges (2011, p. 184-185) traz indicadores que são referência para a construção desta pesquisa. Em 2018, a mesma autora traz no Apêndice A do artigo “Competências Infocomunicacionais: Estrutura Conceitual e Indicadores de Avaliação” (BORGES, 2018) uma listagem detalhada de itens que também servem de guia ao presente estudo.

Nessa listagem, já é perceptível o compromisso das InfoCom com a ética e a reflexão crítica. Os indicadores na categoria “Avaliação”, das competências em informação; e, nas competências em comunicação, nas categorias “Privacidade, ética e propriedade intelectual” e “Aprendizagem ao longo da vida” ilustram tal compromisso. A lista que segue é dos indicadores da categoria Avaliação, das competências em informação:

- Identificar o propósito, interesse e intenção da informação
- Avaliar a correção e veracidade da informação, extraindo conclusões críticas tanto do que se diz como do que se omite
- Tomar decisões com base nas informações avaliadas
- Interpretar conteúdos em distintos contextos, a fim de determinar o valor da informação para cada situação particular
- Discernir entre opiniões e fatos, reconhecendo que valores e crenças estão incorporados a todas as informações
- Reconhecer o valor de fontes formais e informais de informação
- Analisar criticamente as informações, inclusive conteúdo dinâmico gerado em mídias sociais

- Reconhecer aspectos de diversidade cultural, como os valores e crenças presentes na informação e na comunicação (BORGES, 2018, Apêndice A).

Borges (2018, p. 128) destaca, sobre a avaliação crítica de conteúdos, que “independentemente da fonte (oficial, jornalística ou gerada pelo cidadão comum), a criticidade pressupõe a aplicação de critérios de avaliação como distinção do propósito, interesse, validade, correção e veracidade da informação, tanto da explicitada, como da omitida ou tangenciada.” A autora também destaca, nesse artigo, a análise crítica quando discutindo as competências comunicacionais da criação em contexto de trabalho colaborativo e do debate.

Parte dessa teorização foi produzida em diálogo com a *Metaliteracy*, como nos artigos “A tool for assessing multiliteracy in higher education” (MARZAL; BORGES, 2019) e “Análise das competências infocomunicacionais a partir da *metaliteracy*: um estudo com arquivistas” (BORGES; BRANDÃO, 2016). Neste, se lê que, na abordagem da *metaliteracy*, o foco se desloca “de uma lista crescente de competências a desenvolver-se para a capacidade crítica de autoavaliar as competências que se tem, as que se necessita e com quem conectar-se para convergir competências de acordo com cada necessidade.” (BORGES; BRANDÃO, 2016, p. 17). As autoras concluem que:

O aspecto metacognitivo trazido pela abordagem da *metaliteracy* representa um aporte importante, porque a capacidade de pensamento crítico sobre o próprio comportamento perante a informação e a comunicação resulta no crescimento da consciência sobre si e sua relação com os objetos de informação e outras pessoas, levando o indivíduo a não só aperfeiçoar os processos com informação, mas refletir sobre eles e, assim, aprimorar as competências infocomunicacionais (BORGES; BRANDÃO, 2016, p. 24)

Em trabalhos mais recentes, autores desta corrente teórica vêm tratando do tema da desinformação e defendendo uma educação para a informação que promova a reflexão crítica e a conscientização (HELLER; JACOBI; BORGES, 2021; NEVES; BORGES, 2020; BORGES; BRANDÃO; BARROS, 2022). O viés crítico das InfoCom vem sendo reforçado e ganhando contornos mais nítidos, tendo a Pedagogia Crítica como um importante referencial, como se verifica no livro “Educação para a informação: como promover competências infocomunicacionais” (BORGES; BRANDÃO; BARROS, 2022).

Borges (2022) propõe uma educação atenta a questionamentos sobre as próprias práticas informacionais, que promova, então, uma reflexão com potencial emancipatório. Assim, seria uma educação

de caráter mais inclusivo e social, na qual as pessoas são estimuladas a compreender e refletir sobre o mundo infocomunicacional: por que este conteúdo chegou até

mim? Quais os interesses envolvidos? Qual a minha responsabilidade ao disseminar informações? Nesse sentido, a promoção de competências alcança uma perspectiva emancipatória, atuando, talvez, na busca de equidade social e liberdade de pensamento. (BORGES, 2022, p. 30).

Esta perspectiva dialoga com as necessidades de compreensão sobre as novas relações de poder, em que decisões de organizações e governos são delegadas a algoritmos (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022). Segundo Ori Schwarz, algoritmos se assemelham ao poder burocrático descrito por Weber no sentido em que funcionam como uma série de regras e procedimentos, mas, diferentemente do poder weberiano, hoje “não precisamos conhecer as regras para que elas sejam efetivas”, e elas são “geralmente uma caixa preta” (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa<sup>88</sup>). São essas caixas pretas que costumam mediar muito da informação que consumimos na atualidade, informação que “não foi buscada, ela chega às pessoas a despeito de sua vontade: em caixas de e-mail, em mensagens instantâneas ou redes sociais.” (BORGES, 2022, p. 31). Daí a importância de questionamentos como os propostos pela autora, sobre razões, interesses e responsabilidades, na promoção de uma consciência crítica (BORGES, 2022).

Considerando nosso objetivo a) (analisar as abordagens à desinformação, principalmente a partir das vertentes das competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação), podemos considerar que as InfoCom compreendem a desinformação nos moldes atuais, proliferando especialmente em meios digitais, como um fenômeno recente. Sob a perspectiva das InfoCom, a desinformação pode ser entendida como informação imprecisa ou incorreta, com ou sem intenção de enganar (como nas palavras inglesas *disinformation* e *misinformation*) (HELLER; JACOBI; BORGES, 2020). Tal vertente teórica e prática defende que se promova educação para a informação, com atenção aos processos comunicacionais, com viés da pedagogia crítica e com priorização dentro das políticas públicas (BORGES; BRANDÃO; BARROS, 2022; HELLER; JACOBI; BORGES, 2020). Esta perspectiva é referência para a análise dos resultados colhidos a partir do percurso metodológico descrito no capítulo seguinte.

---

88 “It works through rules – algorithms are rules, in this sense it’s very similar to the bureaucratic power discussed by Weber – but we don’t have to know these rules for them to be effective”

## 5 PERCURSO METODOLÓGICO

A cientista social Ashley T. Rubin, em seu livro de 2021 sobre métodos qualitativos nas ciências sociais, argumenta que não há somente uma maneira certa de utilizá-los. Há, segundo ela, certamente maneiras erradas de aplicá-los, mas também uma infinidade de maneiras certas (RUBIN, 2021). Inspirada na escalada, ela utiliza diversas analogias do esporte com os métodos científicos, como “a ideia de que não há só um caminho certo e que está tudo bem – é inclusive bom – ser flexível em vez de rígido” (RUBIN, 2021, p. 9, tradução nossa<sup>89</sup>).

David Howarth, em seu livro *Discourse*, da série *Concepts in Social Sciences*, diz que “não há métodos e procedimentos puramente algorítmicos de investigação nas ciências sociais”<sup>90</sup> (HOWARTH, 2000, p. 133, tradução nossa). Ambos autores distanciam-se, assim, de uma visão positivista de ciência, prescrevendo uma certa liberdade organizada<sup>91</sup>, informada, por exemplo, no caso da teoria e da análise do Discurso de Howarth, pelo (pós-)marxismo, (pós-)estruturalismo e hermenêutica (HOWARTH, 2000).

A seguir detalhamos a liberdade organizada que estrutura a metodologia de trabalho na realização desta pesquisa. Começamos por algumas interrogações sobre os sentidos da pesquisa e da escrita quando seus resultados materiais competirão por espaço com resultados produzidos ou remixados por inteligências artificiais, majoritariamente em mecanismos de busca integrados às lógicas de economia da atenção (WU, 2017; BENTES, 2021)<sup>92</sup>.

### 5.1 Pesquisa e escrita acadêmica em tempos de inteligência artificial gerativa

Há alguns anos, minha orientadora Jussara Borges comentou que a maneira como fazemos pesquisa acadêmica no século XXI, enquanto herdeira de uma tradição ocidental de fazer ciência, tem muito em comum com o que se fazia há alguns séculos, especialmente na

89 “The idea that there is no one right way and that it’s okay— good even— to be flexible rather than rigid”

90 “[...] it is necessary to stress that there are no purely algorithmic methods and procedures of social science investigation”

91 “Resultado do esforço individual e coletivo para dar significação à realidade, a teoria é geradora e organizadora da cultura e das suas ciências” (SANTOS, 2005, p. 20).

92 “A dinâmica econômica dessa geração de serviços e de tecnologias estrutura-se, sobretudo, nas práticas de coleta, monitoramento e análise de dados, que extraem valor da nossa atenção e dos rastros dos nossos comportamentos on-line. Os deslocamentos na lógica de acumulação da economia digital configuram uma nova fase do capitalismo atual, nomeada de capitalismo de vigilância, por Shoshana Zuboff (2015; 2016); de capitalismo de plataforma, por Nick Srnicek (2017); ou de capitalismo de dados, por Sarah West (2017). Sob a ordem de grandeza do big data e da velocidade da gestão dos algoritmos, os difusos processos de monitoramento digital buscam conhecer, classificar e reconhecer padrões de ação individuais e relacionais para prever e modificar o comportamento humano como meio de capitalização de seus trabalhos.” (BENTES, 2021, p. 23).

Europa. As institucionalidades de hoje refletem muito essa história metodológica e epistemológica, e Borges apontava tanto coisas que não precisaram ser mudadas porque seguem válidas e funcionais, quanto chamava a atenção para alguns questionamentos no âmbito da Filosofia da Ciência. Quando ouvi esse comentário da professora, nenhum de nós podia imaginar o surgimento e a relativa popularização relâmpago de ferramentas de inteligência artificial (IA) gerativa que aconteceu no final de 2022 e começo de 2023. Esta seção trata de alguns questionamentos surgidos tanto dos estímulos da orientadora como das recentes discussões suscitadas pela IA.

A descrição de Santos (2005, p. 120) sobre a redação do texto científico poderia bem ser uma descrição do funcionamento de inteligências artificiais gerativas de texto:

Resumindo, a redação inicia-se *pela seleção das ideias/informações*; segue-se a organização de blocos de ideias; faz-se a *hierarquização das ideias*, de acordo com sua importância. Agora as informações, escolhidas e sequenciadas, estão prontas para serem redigidas. (grifos do autor)

A conclusão do mesmo livro de Santos, *Metodologia Científica – A Construção do Conhecimento*, começa da seguinte maneira: “o diferencial competitivo do ser humano é a *capacidade de teorizar*. Pensar é tão natural para o homem quanto respirar” (SANTOS, 2005, p. 185, grifo do autor). A atividade intelectual é seguidamente tratada como a grande divisora de águas na separação entre a humanidade e outros animais ou máquinas. Nossa espécie seria a única capaz de “saber”, ou, pelo menos, de um saber específico, a ponto de merecer a palavra “sapiens” no seu nome. A popularização e divulgação de diversas tecnologias de inteligência artificial gerativa trouxe, mais uma vez, debates sobre a distinção e as exclusividades do que as pessoas podem fazer frente a seres ou objetos não-humanos (DA HORA; BELLI, 2023). O próprio uso da palavra “inteligência” na expressão “inteligência artificial” é às vezes questionado, sendo argumentado que esta é uma capacidade exclusiva de humanos ou de animais.

Especificamente no caso da escrita, um mecanismo “capaz de entender a linguagem humana natural e gerar uma resposta semelhante ao fruto do intelecto humano após receber um pedido” (DA HORA; BELLI, 2023) apresenta um desafio talvez imprevisível a Santos em 2005, três anos antes do lançamento no Brasil do iPhone, tido como o primeiro *smartphone* a popularizar o formato e funcionamento *touchscreen* e o acesso à internet móvel. O trabalho humano é progressivamente substituído pelo trabalho mecanizado ou automatizado, e o advento das IAs gerativas criou “a dificuldade em distinguir textos escritos pelo chat de textos de autoria humana” (DA HORA; BELLI, 2023). O impacto da mudança e a promessa de

revolucionar a relação da espécie sapiens com as inteligências justificou o anúncio de serviços concorrentes por pelo menos outras quatro empresas gigantes na área: duas sediadas na maior economia do mundo e duas no país com maior população do mundo. Uma delas diz que “durante anos se concentrou em modelos de linguagem e inteligências artificiais generativas” (SCHENDES, 2023), ou seja, a novidade para o público amplo não o era em alguns nichos. A economicidade da substituição de pessoas por artifícios não parece muito alvissareira para os trabalhadores, mesmo os intelectuais, e já põe em questão mesmo atividades humanas tidas como menos substituíveis: “diferente do que as melhores utopias previam, nem ao menos poderemos nos dedicar às artes, porque as IAs gerativas também já produzem ilustrações, pinturas e fotos. Até ganham concursos<sup>93</sup>.” (GHEDIN, 2023).

Estas reflexões geram perguntas sobre o fazer acadêmico, a pesquisa e a escrita científica. Mais do que “o que podemos fazer que a IA não pode?”, nos perguntamos “o que devemos fazer em um tempo em que o que as IAs podem ganha cada vez mais terreno”? Que pesquisa e que escrita acadêmicas devem ser produzidas por pessoas? Considerando a temática e a posição de sujeito político do autor deste trabalho, acreditamos que inquirir o que há de humano no desenvolvimento e uso de máquinas é um caminho. O que há de humano, econômico e político por trás da desinformação é muito do que há por trás da tecnologia, ela mesma política, econômica e criada por humanos.

A cultura digital tem sido aclamada por expandir significativamente as vias de participação social, o acesso à informação e a criação de comunidades globais. Por vezes celebradas como conquistas inerentemente libertárias, essas mudanças têm atuado no estabelecimento de novas configurações de poder. Por consequência, também estão implicadas no surgimento de estruturas de dominação, bem como no ensejo de novas práticas de resistência. Esse enquadramento evidencia o status das tecnologias digitais como agentes políticos, destituindo-as de sua aura de neutralidade instrumental. (CRUZ JUNIOR, 2021).

Não há neutralidade na ação humana, e o desenvolvimento e uso tecnológico são ações humanas. E elas estão inseridas num contexto de hegemonias e resistências.

Numa sociedade capitalista moderna, a tecnologia foi, é e sempre será uma expressão dos objetivos econômicos que a dirigem para a ação. Um exercício interessante de ser feito seria apagar a palavra “tecnologia” do nosso vocabulário para vermos a velocidade com que os objetivos do capitalismo são expostos. (ZUBOFF, 2021, p. 30).

Não há neutralidade na ação humana, e a pesquisa e a escrita acadêmicas são ações humanas. Afirmamos nossa posicionalidade enquanto autores (RUBIN, 2021), nosso lugar de

---

93 Na publicação original, a frase “Até ganham concursos” direciona para este link: <https://manualdousuario.net/notinha-pintura-midjourney-ia-concurso-arte/>

fala (RIBEIRO, 2019), em nossa tentativa de empreender uma investigação que auxilie na compreensão dos desafios e características da desinformação hoje. Essa tentativa é assinada por brasileiro branco sulista que nunca passou fome, com seu privilégio de não empobrecimento material neste país e neste mundo.

Há pessoas que dizem que o importante é a causa, ou uma possível “voz de ninguém”, como se não fôssemos corporificados, marcados e deslegitimados pela norma colonizadora. Mas, comumente, só fala na voz de ninguém quem sempre teve voz e nunca precisou reivindicar sua humanidade. (RIBEIRO, 2019, p. 51)

O percurso desta tentativa, dividida em etapa teórica e etapa de campo – embora os entrelaçamentos temporais de leituras, coletas, discussões e escritas não façam jus à rigidez que esta divisão sugere – será descrito a seguir.

## 5.2 Percurso em etapas: teoria e campo

O trabalho que desenvolvemos visa a investigar compreensões e formas de combate à desinformação, e sua descrição é dividida, para melhor organização, em duas etapas. Na primeira, o referencial teórico utilizado ajuda a informar a pesquisa especialmente quanto à compreensão do fenômeno, embora nessa etapa também sejam elencadas estratégias possíveis para combatê-lo. Tal etapa se relaciona com o objetivo específico *analisar as abordagens de enfrentamento à desinformação, principalmente a partir das vertentes das Competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação*.

Na segunda etapa, busca-se avançar na compreensão do problema e das maneiras de enfrentá-lo, através da pesquisa de campo, realizada com entrevistas semiestruturadas com estudantes de graduação das áreas de Comunicação e Informação, especificamente dos cursos de Biblioteconomia e Jornalismo, na UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), e de *Gestión de la Información y Contenidos Digitales (GICD)* e *Periodismo*, na UC3M (Universidad Carlos III de Madrid). Esta etapa se relaciona com os objetivos específicos *verificar se existem diferenças significativas entre os discursos dos estudantes dos cursos e universidades estudadas em relação à percepção sobre a desinformação e comparar as perspectivas sobre a desinformação indicadas na literatura com a percepção dos sujeitos da pesquisa*. Embora as questões permitam análises quantitativas (como, por exemplo, o percentual de entrevistados que defendam espontaneamente a penalização de pessoas que criem *fake news*), acreditamos que os dados qualitativos possam ter mais validade, especialmente porque não temos como foco a representatividade estatística do grupo em análise, inclusive por limitação do número de sujeitos entrevistados. Usando o mesmo

exemplo da penalização de criadores de *fake news*, um entrevistado pode trazer uma nova visão sobre o assunto, indo além do que tínhamos elencado anteriormente (digamos, bloqueio de conta em plataformas, multa, ressarcimento, encarceramento).

**Quadro 2 – Relação entre objetivos específicos, técnicas e procedimentos de pesquisa**

Objetivo Específico	Técnica de coleta	Técnica de análise	Procedimentos
a) analisar as abordagens de enfrentamento à desinformação, principalmente a partir das vertentes das competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação;	Levantamento bibliográfico “orgânico”	Seleção e leitura dos materiais	Busca de artigos, livros, busca em fontes não convencionais, como <i>podcasts</i>
b) verificar se existem diferenças significativas entre os discursos dos estudantes dos cursos e universidades estudadas em relação à percepção sobre a desinformação	Entrevistas semiestruturadas, reuniões e conversas com professores locais	Análise de conteúdo, análise de discurso	Gravações e transcrições de entrevistas, anotações de campo, análise de resultados de campo
c) comparar as perspectivas sobre a desinformação indicadas na literatura com a percepção dos sujeitos da pesquisa	Levantamento bibliográfico “orgânico”, entrevistas semiestruturadas, reuniões e conversas com professores locais <sup>94</sup>	Análise de conteúdo, análise de discurso	Análise comparativa de resultados de campo e bibliográficos

Fonte: elaboração própria

O Quadro 2 relaciona os três objetivos específicos com as técnicas de coleta e análise e os procedimentos realizados. Para o objetivo a), a técnica de levantamento bibliográfico “orgânico” diz respeito a um levantamento não sistemático, sem priorizar bases de dados, com a liberdade organizada mencionada na introdução deste capítulo e baseada também nas leituras de Howarth (2000) e Rubin (2021). Um exemplo de fonte utilizada nos procedimentos em busca do atingimento do objetivo a) é a rede de podcasts *New Books Network* (NBN)<sup>95</sup>, que entrevista autores de livros muitas vezes não disponíveis em acesso aberto ou para compra no Brasil. Foi acompanhado o lançamento de podcasts principalmente das setoriais *Sociology*, *Critical Theory* e *Science, Technology and Society*. Muitos episódios relacionados com os temas desta pesquisa entraram na fila do tocador de podcasts, mas apenas uma parte foi ouvida e uma parte ainda menor referenciada neste trabalho, sendo mantida, então, uma “antibiblioteca<sup>96</sup>” de podcasts, tanto da rede NBN como de outras fontes. A seleção do que foi

94 Principalmente Jussara Borges, em Porto Alegre, e Miguel Ángel Marzal, Pablo Parra Valero e Sara Martínez Cardama em Getafe

95 Disponíveis abertamente em <https://newbooksnetwork.com/>

96 Termo atribuído a Nassim Taleb, referindo-se a livros que são mantidos sem ainda terem sido lidos. Para Taleb, tais coleções de obras torna seus mantenedores mais “humildes e curiosos” (ANTILIBRARY, 2023)

adicionado à fila seguiu a relação com temas como desinformação, redes sociais, inteligências artificiais, regulação de mídias, Humanidades Digitais. A restrição de tempo foi o principal fator que limitou a audição de episódios e eventual uso dessa informação nesta pesquisa.

Durante a parte de campo realizada em Getafe, foi produzida a maior parte das anotações de campo (procedimento vinculado ao objetivo b). O subcapítulo 5.7 Planos Acidentados – comentários sobre o campo foi construído principalmente com base nessas anotações, fruto da interação com os entrevistados e com os professores, mencionados na técnica de coleta “reuniões e conversas com professores locais”, vinculada ao objetivos específicos b) e c).

Embora separemos as etapas teórica e de campo, cronologicamente ambas se inter cruzam: o campo começou no planejamento da pesquisa e terminou nas últimas análises de resultados; a pesquisa teórica começou no anteprojeto e continuou durante toda a escrita deste trabalho.

### **5.3 Tipo de Pesquisa**

A pesquisa apresenta natureza aplicada, pois foca em um problema específico, estabelecendo possíveis soluções a partir dos conhecimentos gerados (PRODANOV; FREITAS, 2013). O objetivo da pesquisa é descritivo, pois busca descrever a desinformação a partir de diferentes variáveis e compreensões sobre o fenômeno, assim como levantar estratégias de enfrentamento ao problema, confrontando o levantamento bibliográfico com as contribuições da etapa empírica.

### **5.4 Instrumento de Coleta de Dados**

Foi realizada consulta à bibliografia sobre competências infocomunicacionais e competência crítica em informação, principalmente. Também foram pesquisados autores que escreveram sobre desinformação, sociologia relacionada a tecnologias, teoria crítica. A busca por fontes não foi feita de maneira sistematizada, de modo que não foi utilizada estratégia de busca em bases de dados. Foram seguidas indicações bibliográficas de professores, seguidas referências citadas por autores lidos, no mesmo sentido em que Brisola (2021, p. 13) realizou parte da sua pesquisa bibliográfica:

Este caminho percorrido através de leituras e autores é guiado por assuntos e pelo próprio fluxo das leituras. De uma maneira pessoal e por escolha, ao ler um texto e perceber nele indicação de temas que poderiam agregar a tese, buscamos as referências e em sequência a palavra-chave a fim de encontrar trabalhos relevantes para esta tese. [...] A cada tema buscamos indicações de leituras no orientador, em

professores, especialistas e pares, de acordo com a disponibilidade.

Esta opção pela flexibilidade buscou menor controle ao modo positivista de entender as ciências humanas e maior vinculação a uma organicidade (ou a uma liberdade organizada): uma opção consciente considerando também as reflexões contidas no subcapítulo [5.1 Pesquisa e escrita acadêmica em tempos de inteligência artificial gerativa](#).

A partir deste levantamento bibliográfico “orgânico”, foi desenvolvida uma proposta de abordagem empírica através de entrevistas semiestruturadas, que “deve[m] cobrir uma lista de perguntas, mas as respostas do respondente realmente guiam a[s] entrevista[s]” (RUBIN, 2021, p. 15, tradução nossa). Foi realizado um teste do roteiro de entrevistas com pesquisadores da área, para ajustes, tanto antes das entrevistas a serem realizadas na UFRGS como antes das que foram realizadas na UC3M. No caso da UFRGS, o roteiro recebeu avaliação e comentários de colegas do Grupo de Pesquisa em Comportamento e Competências InfoComunicacionais (InfoCom)<sup>97</sup>, incluindo colegas mestres e doutores. No caso da UC3M, houve também apoio linguístico e cultural dos parceiros acadêmicos do intercâmbio, três professores doutores falantes nativos de castelhano: Miguel Ángel Marzal, Pablo Parra Valero e Eduardo Ruvalcaba Burgoa. Este apoio foi essencial para realizar não apenas uma tradução das perguntas, mas uma adequação para que soassem naturalmente e permitissem a maior proximidade possível com as perguntas realizadas em Porto Alegre. Estes procedimentos serão relatados com mais detalhe em [5.7.1 Locais estrangeiros: diferentes estratégias e cenários](#).

As primeiras 10 questões eram abertas, começando com uma pergunta sobre o que os respondentes consideram as principais questões e desafios da sua área de estudo. A partir da segunda pergunta, se entra explicitamente no tema da desinformação, mas de maneira também genérica, e a partir daí se ia entrando em aspectos da desinformação (Quadros 3 e 4). Esta ordem inicial de perguntas progressivamente específicas foi pensada para minimizar o efeito do direcionamento pelo viés do entrevistador e das próprias perguntas. A intenção com as questões abertas é que os entrevistados sintam-se estimulados e livres para trazerem suas experiências e perspectivas sobre o tema, sem se limitarem a respostas curtas. As questões abertas levam em conta as experiências e os indicadores descritos por Brandão e Borges (2016) e Borges (2011, 2013 e 2018), que serviram como inspiração. Também foi referência para o roteiro de entrevistas a organização descrita no Quadro 1, sobre agentes e focos de atuação no combate à desinformação. No que se refere à classificação proposta no Quadro 1, a

---

97 Site do grupo: <https://www.ufrgs.br/infocom>

elaboração das perguntas teve o cuidado de, ao mesmo tempo: estimular que os respondentes trouxessem agentes (Estado, empresas, cidadãos) e focos de atuação (produtor, meio, receptor); e evitar que o conteúdo da pergunta influenciasse suas respostas.

**Quadro 3** - Roteiro das entrevistas realizadas no Brasil em agosto de 2022

1. Tu tá quase concluindo o curso, né? O que tu diria que são as grandes questões da área da Informação/Comunicação hoje? E quais os desafios da área na atualidade?
2. Notei que tu [não] mencionou desinformação nessa primeira pergunta. Tu acha que vai ter que lidar com isso na tua atuação profissional?
3. Como tu definiria a desinformação? Ou que palavras vêm à tua cabeça quando tu pensa “desinformação”?
4. Tu te percebe preparada pra lidar com a desinformação? Por quê?
5. O que deve ser feito em relação a desinformação, *fake news*, pós-verdade? E quem tu acha que deve fazer?
6. Como tu vê a discussão sobre esses assuntos na faculdade? Há debate em sala de aula sobre esses assuntos, ou mesmo fora dela?
7. Qual postura tu acha que o profissional da área deve ter? Tu destacaria algo que tu observa ou não observa na profissão?
8. Tu acha que alguma instituição ou ator social tem papel chave pra pensar sobre esses assuntos e agir em relação a eles?
9. Tu acha que é diferente lidar com desinformação em ambientes diferentes? Tipo na Universidade, com a família, no trabalho, com amigos?
10. Tem alguma coisa a mais que tu queira falar ou alguma pergunta que tu acha que faltou fazer, que eu poderia ter feito em relação a esse assunto?
11. Qual tua idade?
12. Gênero?
13. Raça?
14. Renda familiar aproximada?
15. Qual a escolaridade dos teus pais?

**Quadro 4** - Roteiro das entrevistas realizadas na Espanha em setembro e outubro de 2022

1. ¿Qué curso estás estudiando actualmente? ¿Cuáles son, en tu opinión, los grandes problemas de la Información/Comunicación hoy? ¿Cuales son los desafíos del área en la actualidad?

2. He notado que tu (no) mencionaste la desinformación. ¿Piensas que vas a tener que hacer frente a esto en tu actuación profesional?
3. ¿Cómo definirías la desinformación? ¿Qué palabras vienen a tu mente cuando piensas en “desinformación”?
4. Te sientes preparado para hacer frente a la desinformación? ¿Cómo?
5. ¿Qué se debe hacer en relación a la desinformación, *fake news*, posverdad? ¿Quién debería hacerlo?
6. ¿Cómo ves el debate sobre esos asuntos en la facultad? ¿Hay debate en las aulas (o fuera de ellas) sobre el tema?
7. ¿Cuál debería ser la acción del profesional del área? ¿Destacarías algo que observas o no observas en la profesión?
8. ¿Piensas que alguna institución, entidad, agente social, tienen un papel clave para reflexionar sobre el asunto y actuar en consecuencia a el?
9. ¿Es distinto gestionar la desinformación en ambientes diversos? Como, por ejemplo, en la universidad, con la familia, en el trabajo, con los amigos...
10. ¿Hay algo más que quieras decir, o alguna pregunta que falta hacer, que yo podría haber hecho...?
11. ¿Cuál es tu edad?
12. ¿Cuál es tu género?
13. ¿La nacionalidad de origen tuya y de tu familia es española?
14. ¿En qué tramo de renta respecto a la declaración de hacienda (IRPF) se encuentra tú o tu familia?
  - A. De 0 euros a 12.000 euros al año
  - B. De 12.000 euros a 20.000 euros
  - C. De 20.000 euros a 35.000 euros
  - D. De 35.000 euros a 60.000 euros
  - E. De 60.000 euros a 300.00 euros
  - F. Más de 300.00 euros
15. ¿Cuál es el nivel de estudio de tus padres o tutores?

As perguntas em Porto Alegre eram às vezes verbalizadas com sutis diferenças, já que o entrevistador se atinha aos elementos principais da pergunta e buscava transmitir informalidade como uma estratégia de potencializar respostas livres. O roteiro registrado no Quadro 3 buscou ser fiel à maneira como as perguntas foram verbalizadas em Porto Alegre, transparecendo em parte a informalidade buscada e mantendo, inclusive, incorreções de

ortografia e concordância (como “tá” em vez de “estás”).

Dependendo das respostas, perguntas complementares ou de retomada eram feitas, muitas vezes na direção de pedir que o entrevistado resumisse ou repetisse com outras palavras parte da resposta. Isso foi feito com dois objetivos: esclarecer alguma dúvida que o entrevistador tenha tido ou pedir que o entrevistado desenvolvesse mais algum raciocínio interessante sob a perspectiva dos objetivos da pesquisa. Os quadros 3 e 4 apresentam os roteiros das entrevistas realizadas nos dois países.

Depois das dez questões iniciais, foram realizadas cinco questões fechadas para identificar o perfil socioeconômico dos respondentes. Os dados referentes a classificações socioeconômicas eram: idade, gênero, raça (nacionalidade de origem, na Espanha, uma mudança que discutiremos em [Mais que tradução: a adaptação dos roteiros de entrevistas](#)), renda familiar aproximada e nível de escolaridade dos pais<sup>98</sup>). Tais questões permitiram uma limitada análise quantitativa, envolvendo, por exemplo, comparações entre maior ocorrência de determinadas palavras em uma ou outra cidade.

Tanto a coleta quanto a análise de dados buscaram ser reflexivas e conscientes da posicionalidade do autor, como discutido por Rubin (2021). Esta reflexividade considera o ponto de vista do pesquisador enquanto sujeito, mas também sua posição social de gênero raça, educação e status acadêmico. Neste sentido, a coleta e a análise de dados foram também inspirados pela etnografia, especialmente nas suas discussões sobre etnocentrismo (como a presente em GEERTZ, 1999). Tais discussões também embasam o manual de pesquisa qualitativa de Rubin: “etnógrafos e entrevistadores têm sido particularmente atentos a como suas próprias percepções, histórias, personalidades e treinamento moldam sua coleta e análise de dados” (RUBIN, 2021, p. 169, tradução nossa<sup>99</sup>).

### **Mais que tradução: a adaptação dos roteiros de entrevistas**

O roteiro de entrevistas foi criado inicialmente em português, ajustado à realidade linguística e cultural do ambiente universitário de Porto Alegre. Para as entrevistas realizadas em Getafe, sede da *Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación* da UC3M,

---

98 A comparação da escolaridade dos respondentes (graduandos) com a dos pais pode indicar mobilidade social vertical intergeracional (ascendente ou descendente). Segundo Giddens (2012, p. 333): “Existem duas maneiras de estudar a mobilidade social. Primeiramente, podemos analisar as próprias carreiras dos indivíduos – até onde eles se deslocam para cima ou para baixo na escala social no decorrer de suas vidas profissionais. Isso costuma ser chamado de mobilidade intrageracional. De maneira alternativa, podemos analisar o nível em que os filhos buscam o mesmo tipo de ocupação que seus pais ou avós. A mobilidade através das gerações se chama mobilidade intergeracional.”

99 “Ethnographers and interviewers have been particularly thoughtful about how their own perceptions, histories, personalities, and training shape their data collection and analyses.”

foi necessário adaptar o roteiro a esta realidade linguística e cultural. Isso envolveu muito mais do que uma simples tradução ao espanhol. A primeira versão da tradução foi realizada pelo autor deste trabalho, mas logo foi aprimorada e adaptada com apoio do professor Miguel Ángel Marzal, que atuou como mentor na etapa de campo na Espanha. Em um segundo momento, o professor Marzal proporcionou o contato com os professores Eduardo Ruvalcaba Burgoa, do Colegio de Mexico, e Pablo Parra Valero, da Universidad Complutense de Madrid. Ambos pesquisadores realizaram o pré-teste do roteiro em espanhol, auxiliando de maneira definitiva na redação final do documento.

Essas adaptações foram linguísticas, tanto no sentido da correção gramatical, mas também no sentido de utilizar expressões mais usuais nesta região da Espanha e mais precisas quanto à intenção do que se pretende obter nas respostas. Traduções literais podem trazer sentidos diferentes, o que justificou alterações no roteiro como as exemplificadas a seguir:

**Quadro 5** – diferenças na tradução do roteiro (*guion*)

Pergunta em Porto Alegre	Pergunta em Getafe
Te <u>percebes</u> preparado para <u>lidar</u> com a desinformação?	¿Te <u>sientes</u> preparado para <u>hacer frente</u> a la desinformación?
Como você vê a <u>discussão</u> sobre esses assuntos na faculdade?	¿Cómo ves el <u>debate</u> sobre esos asuntos em la facultad?
É <u>diferente lidar</u> com desinformação em ambientes <u>diferentes</u> ?	¿Es <u>distinto gestionar</u> la desinformación em ambientes <u>diversos</u> ?
Qual o nível de <u>escolaridade</u> dos teus pais <u>ou responsáveis</u> ?	¿Cuál es el nivel de <u>estudio</u> de tus padres <u>o tutores</u> ?
Qual é tua raça?	¿La nacionalidad de origen tuya y de tu familia es española?

Fonte: elaboração própria com base nos roteiros de entrevistas em ambos países

Algumas traduções literais podem, inclusive, soar ofensivas, como é o caso da pergunta de perfil socioeconômico que versava sobre raça, no Brasil. O uso desta palavra pode soar ofensivo na Espanha, e, após conversas com professores, foi possível identificar que não seria possível a obtenção de um dado diretamente comparável entre os dois países. Um dos motivos é a realidade de desigualdade racial no Brasil apresentar características e debates mais ou menos específicos deste país. Isso foi possível de se evidenciar na conversa com os pesquisadores acima mencionados, mas também em conversas em eventos culturais e sociais com pessoas espanholas e da América Latina: as expressões colorismo e branquitude, por exemplo, não eram conhecidas pelas pessoas com quem o autor deste trabalho dialogou

sobre o assunto. Interessante notar, porém, que após breve conversa os nativos das Américas pareceram ter mais familiaridade com a ideia por trás dos conceitos, evidenciando, talvez, uma faceta da desigualdade debatida com mais força nos países colonizados. Curiosamente, as pessoas com quem se conversou eram mexicanas e peruanas, países colonizados pela Espanha.

Após identificar essa diferença, e essa dificuldade de gerar um indicador socioeconômico mais diretamente comparável, utilizando, por exemplo, as palavras raça ou etnia, chegou-se a conclusão de que a pergunta deveria versar, na Espanha, sobre “nacionalidade de origem”. A discussão e o elemento causador de desigualdades que se poderia investigar em Getafe com mais naturalidade, pelo que se pôde entender nesses diálogos com pesquisadores e pessoas com as quais pudemos conversar em eventos socioculturais, teria a ver mais com a questão das imigrações e diferenças culturais vinculadas a origem nacional. Após esses diálogos, optou-se pela pergunta “¿La nacionalidad de origen tuya y de tu familia es española?”, que acaba por trazer um elemento de análise bastante diferente da pergunta “Qual a sua raça?”, feita em Porto Alegre. De certa forma, essa constatação, embora fruto de um contato limitado e não ligado diretamente a áreas e pessoas que mais comumente estudam questões de raça, pode reforçar a importância de trabalhos como o da portuguesa Grada Kilomba<sup>100</sup>, que discute na Europa temas como racismo e pós-colonialismo.

## 5.5 Sujeitos e espaço da pesquisa

As entrevistas foram realizadas com alunos de graduação das áreas de Informação e Comunicação em duas universidades: a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em Porto Alegre, e a Universidade Carlos III de Madri (UC3M), na Espanha.

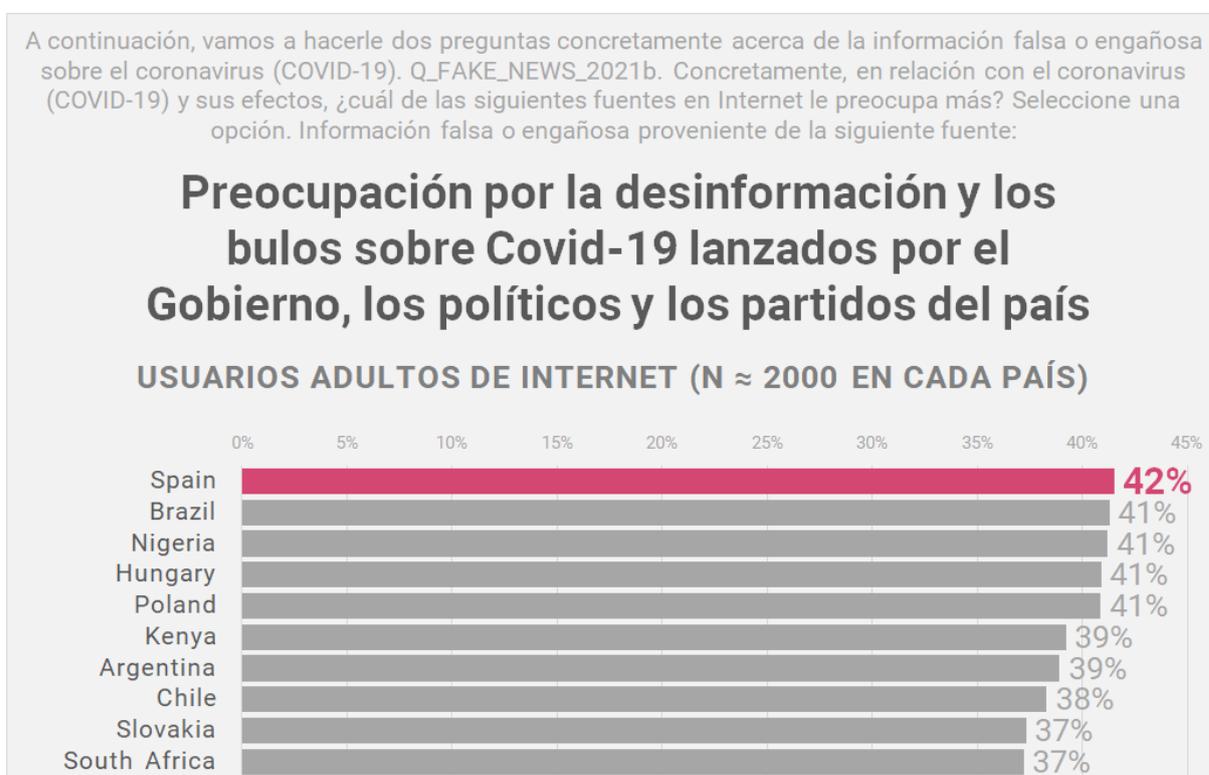
A edição de 2021 da pesquisa Digital News Report, com sujeitos de 46 países, revelou que brasileiros e espanhóis estavam, respectivamente, na 1ª e na 6ª colocação dentre os mais preocupados com a desinformação na internet<sup>101</sup>, e na 2ª e na 1ª colocação dentre os mais preocupados com a desinformação sobre COVID-19 divulgada por governos, políticos e partidos. Neste último item, Espanha e Brasil lideravam os índices de preocupação com 42% e 41%, respectivamente, frente a uma média de 29% nos 46 países, e uma mínima de 10% na Noruega (VARA MIGUEL, 2021).

<sup>100</sup> <https://www.dn.pt/cultura/grada-kilomba-ainda-hoje-glorificamos-e-romantizamos-o-colonialismo-10931583.html>

<sup>101</sup> 82% dos brasileiros e 67% dos espanhóis responderam estar preocupados, o que colocava os países na primeira e na sexta colocação de um total de 46 nações pesquisadas.

Em 2022, os dois países seguiam com destaque negativo: a resposta à pergunta “Quando penso sobre as notícias online, estou preocupado com o que é real e o que é falso na internet” foi respondida afirmativamente por 65% dos brasileiros e 62% dos espanhóis. Esses números colocam o Brasil com o maior nível de preocupação dentre os 8 países das Américas estudados, e a Espanha com o segundo maior nível dentre os 23 países europeus estudados (REUTERS INSTITUTE..., 2022). Esses dados demonstram a relevância que a percepção sobre a desinformação tem nos dois países, tornando as universidades selecionadas (UFRGS e UC3M) interessantes locais para a pesquisa de campo.

**Figura 7: Dez países com maiores índices de preocupação com a desinformação sobre COVID-19 em 2021**



Fonte: Recorte de digitalnewsreport.es 2021, Universidad de Navarra.

O plano inicial era que os alunos entrevistados estivesse cursando o penúltimo semestre da graduação (ou o primeiro *cuatrimestre* do último *curso* do *grado*, no caso da UC3M). Esta escolha se deveu a que são alunos que estão perto de concluir o curso, portanto com mais estudos de graduação realizados. Não foi possível escolher entrevistar formandos pois o período de pesquisa em Madri foi realizado no primeiro *cuatrimestre* do ano de 2022, que começou em setembro, e o calendário acadêmico previa a realização do último

*cuatrimestre* dos cursos entre os meses de janeiro e maio.

Os cursos escolhidos são *Gestión de la Información y Contenidos Digitales (GICD)* e *Periodismo*, na UC3M, e Biblioteconomia e Jornalismo, na UFRGS. São cursos análogos, com semelhanças nos currículos e na atuação profissional dos egressos, o que permite alguma comparação entre as universidades. As contribuições dos estudantes também possibilitou uma comparação entre os cursos (Jornalismo e Periodismo, da área da Comunicação, e Biblioteconomia e GICD, da área da Informação/Documentação). Tais comparações se relacionam com o objetivo específico *verificar se existem diferenças significativas entre os discursos dos estudantes dos cursos e universidades estudadas em relação à percepção sobre a desinformação*.

O planejamento inicial era construir a amostra de maneira aleatória e simples, a partir das populações de alunos de penúltimo semestre (ou *cuatrimestre*) de cada curso (ou *grado*). As graduações em Periodismo podem ser combinadas (*grados dobles*), por isso a amostragem desses cursos seria construída de maneira proporcional (estratificada). A tabela 1 mostra o número de ingressantes de cada *grado* nos anos de 2019 e 2018 (dados mais recentes encontrados quando do planejamento da etapa de campo, em março de 2022), que permitiu estimar a proporção de alunos que estariam cursando o penúltimo semestre de cada curso selecionado.

**Tabela 1** – alunos ingressantes por grado e por ano na UC3M

<b>Grado</b>	<b>Início do curso</b>	<b>Número de alunos</b>
Periodismo	2019-20	262
Periodismo y Comunicación Audiovisual	2019-20	113
Periodismo y Humanidades	2019-20	45
<b>Total periodismo</b>	<b>2019-20</b>	<b>420</b>
<b>Grado en Gestión de la Información y Contenidos Digitales</b>	<b>2019-20</b>	<b>43</b>
Periodismo	2018-19	235
Periodismo y Comunicación Audiovisual	2018-19	102
Periodismo y Humanidades	2018-19	43
<b>Total periodismo</b>	<b>2018-19</b>	<b>380</b>
<b>Grado en Gestión de la Información y Contenidos Digitales</b>	<b>2018-19</b>	<b>38</b>

Fonte: elaboração própria (2022) a partir de dados de <https://www.universidata.es/datasets/uc3m-matriculas>

As tabelas 2 e 3 mostram o número de alunos ingressantes nos cursos de Biblioteconomia e Jornalismo da UFRGS nos últimos três anos.

**Tabela 2: ingressantes em Biblioteconomia por ano**

<b>Nome do Curso</b>	<b>Ano</b>	<b>Semestre</b>	<b>Ingressantes</b>
Biblioteconomia	2019	1	32
Biblioteconomia	2019	2	38
Biblioteconomia	2020	1	30
Biblioteconomia	2020	2	34
Biblioteconomia	2021	1	30
Biblioteconomia	2021	2	41
<b>Média por ano</b>			<b>68,33</b>

Fonte: elaboração própria a partir de <https://dados.ufrgs.br/dataset/quantitativo-de-alunos-de-graduacao>

**Tabela 3: ingressantes em Jornalismo por ano**

Nome do Curso	Ano	Semestre	Ingressantes
Jornalismo	2019	1	24
Jornalismo	2019	2	27
Jornalismo	2020	1	32
Jornalismo	2020	2	25
Jornalismo	2021	1	31
Jornalismo	2021	2	26
<b>Média por ano</b>			<b>55</b>

Fonte: elaboração própria a partir de <https://dados.ufrgs.br/dataset/quantitativo-de-alunos-de-graduacao>

Segundo os dados disponíveis, a média de ingressantes nos últimos anos em Jornalismo (55), Biblioteconomia (68,3) e GICD (40,5) é bastante inferior à dos diversos grados de Periodismo (400). Para viabilizar a comparação entre os cursos e entre as universidades, a amostra de Periodismo foi menor em relação à sua população total, mas igual em representatividade: foram entrevistados 8 alunos de cada curso, para permitir uma comparação equilibrada entre eles.

Apesar de os números de ingressantes serem bastante maiores que 8, a evasão e os diferentes ritmos de realização dos cursos, especialmente no Brasil e durante a pandemia de Covid19, podem reduzir o número de estudantes no penúltimo semestre (ou *cuatrimestre*). Um indício nesse sentido é que o número de diplomados por semestre na UFRGS é relativamente irregular, tendo sido registradas apenas 9 pessoas formadas em jornalismo no segundo semestre de 2020 e 8 no primeiro semestre de 2017 (UFRGS, 2022). Este mínimo de formandos dos últimos cinco anos serviu de referência para o número de entrevistas a serem realizadas.

Na etapa de campo, essa irregularidade apareceu e se mostrou uma dificuldade: o número de estudantes de jornalismo no sétimo semestre era de apenas 10 pessoas. As duas primeiras pessoas que responderam ao convite já disseram não ter disponibilidade para participar. No final, essa dificuldade nos exigiu abrirmos o escopo para incluirmos também estudantes do oitavo e do sexto semestres de jornalismo.

Assim, devido a imprevistos e dificuldades na realização da pesquisa de campo, não foi possível restringir tanto a etapa (semestre, *cuatrimestre* ou ano) em que os estudantes estavam, nem escolher uma amostra de Periodismo proporcional entre o curso “simples” e os *doble grados*<sup>102</sup>. Contudo, os números abaixo demonstram a intencionalidade de aproximar a

<sup>102</sup> Graduações duplas, que duram um pouco mais que as graduações simples e incluem conteúdos de outros temas. No caso do Periodismo, na UC3M, há *dobles grados* com Humanidades e com Comunicação

amostra aos critérios de seleção:

- a) Biblioteconomia: 6 estudantes do sétimo semestre e 2 estudantes do oitavo semestre
- b) Jornalismo: 5 estudantes do sexto semestre, 2 estudantes do sétimo e 1 do oitavo
- c) *Gestión de la Información y Contenidos Digitales*: 6 estudantes do quarto ano (equivalente ao sétimo e oitavo semestres, no Brasil), 2 estudantes do terceiro ano (equivalentes ao quinto e sexto semestres, no Brasil)
- d) Periodismo: 3 estudantes de terceiro ano
- e) *Periodismo y Humanidades*: 2 estudantes de quarto ano, 2 estudantes de quinto ano, 1 estudante de sexto ano

## 5.6 Procedimentos

O levantamento bibliográfico não sistemático foi realizado através de busca por publicações em acesso aberto, majoritariamente, mas algumas obras, especialmente as em papel, foram emprestadas ou compradas. A bibliografia consultada versava principalmente sobre Ciência da Informação e, especificamente, sobre Competências InfoComunicacionais (InfoCom) e competência crítica em informação (CCI). Uma fonte importante de pesquisa foi a rede de *podcasts* de acesso aberto *New Books Network*, onde é possível escutar entrevistas com autores de livros, especialmente das áreas das Humanidades, que muitas vezes não estão disponíveis no Brasil, nem online. Este levantamento bibliográfico está relacionado ao objetivo específico a), de analisar as abordagens de enfrentamento à desinformação indicadas na bibliografia da Ciência da Informação, e foi uma das bases para as ações elencadas no Quadro 1, classificadas segundo seu foco de atuação (simplificados como “produtor”, “meio” e “consumidor”).

Antes da qualificação do Projeto de Pesquisa, ele foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (CEP-UFRGS). A tramitação do processo, entre abril e julho de 2022, envolveu a avaliação de documentos como: Termos de Consentimento Livre e Esclarecido, Carta de Anuência Institucional, mensagem de Convite para entrevistas, cronograma da pesquisa, Carta de Aceite da UC3M, íntegra do Projeto de Pesquisa. Além destes, também foram submetidas ao CEP-UFRGS versões provisórias dos Termos de Consentimento e Mensagens de Convite a serem propostos na UC3M – que foram modificados posteriormente e acrescidos de outros documentos, para atender aos padrões e normativas daquele país e da universidade, já quando o pesquisador estava em Getafe. A aprovação do Projeto foi assinada em 10 de agosto de 2022, e a operacionalização da etapa de

campo em Porto Alegre começou no dia seguinte.

Em complemento ao levantamento bibliográfico referido no objetivo específico a)<sup>103</sup>, foram feitas entrevistas, buscando atingir os objetivos específicos b) *verificar se existem diferenças significativas entre os discursos dos estudantes dos cursos e universidades estudadas em relação à percepção sobre a desinformação*; e c) *comparar as perspectivas sobre a desinformação indicadas na literatura com a percepção dos sujeitos da pesquisa*.

As entrevistas foram conduzidas no ambiente universitário, individualmente, e gravadas digitalmente. O roteiro de entrevistas semiestruturadas foi construído e submetido a um teste, com mestres e doutores das áreas da Informação e/ou Comunicação, em cada uma das universidades, como descrito em 5.2 Instrumento e Coleta de Dados. As primeiras entrevistas realizadas geraram algumas impressões que sugeriram pequenos ajustes na maneira e ritmo de falar as perguntas, sem interferir no conteúdo das perguntas. As entrevistas na UFRGS foram realizadas entre 15 e 22 de agosto de 2022. As entrevistas em Getafe foram realizadas entre 23 de setembro e 18 de outubro de 2022.

As entrevistas foram gravadas para posterior tratamento dos dados. Os dados serão mantidos em dispositivos e/ou em servidores (nuvem) protegidos por camada dupla de senhas (do dispositivo e do disco ou do serviço utilizado), e transferidos sob conexões criptografadas. As publicações de dados ou resultados desta pesquisa serão feitas com anonimização ou, quando esta não for possível, pseudonimização dos dados, sendo adotados todos os esforços para atender aos regulamentos brasileiro e europeu sobre proteção de dados (LGDP e GDPR, respectivamente).

Foram utilizados *softwares* livres para a captação, edição, audição dos áudios das entrevistas, e para a escrita, organização, categorização dos resultados, conforme o quadro 6. Programas de código aberto trazem transparência ao seu funcionamento, garantindo escrutínio público da sua programação e, portanto, maior segurança sobre os dados que manipulam.

**Quadro 6** – *Softwares* utilizados durante a pesquisa empírica

Manipulação de áudio	Manipulação de texto e dados
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Android audio recorder</a></li> <li>• <a href="#">Audacity</a></li> <li>• <a href="#">VLC media player</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">LibreOffice Writer</a></li> <li>• <a href="#">LibreOffice Calc</a></li> <li>• <a href="#">Voyant Tools</a></li> </ul>

Fonte: elaboração própria

<sup>103</sup> analisar as abordagens à desinformação, principalmente a partir das vertentes das competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação

As tabelas e quadros que trazem dados socioeconômicos foram construídas inicialmente com os códigos dos entrevistados (ex: G1, P3, P7H), mas estes posteriormente foram omitidos e os dados disponibilizados passaram a ser o número de ocorrências (ex: 3 [estudantes da UC3M]). Este cuidado foi tomado para dificultar eventual reidentificação dos entrevistados, considerando também os marcos legais mencionados no parágrafo anterior.

Outro cuidado é que algumas falas mencionam local de trabalho, afiliação partidária de colegas de trabalho, nomes de colegas de pesquisa ou professores, nomes e profissões de membros da família. Essas falas não foram incluídas no texto final, também com o objetivo de evitar reidentificação (especialmente a partir do cruzamento com dados como curso e etapa da graduação cursada) e assim proteger a privacidade dos envolvidos, sejam eles os entrevistados ou familiares e colegas.

## **5.7 Planos Acidentados – comentários sobre o campo**

A organização e o planejamento da pesquisa, especialmente de sua parte empírica, visavam o maior controle e objetividade possíveis. Mesmo esses planos possíveis já se imaginava que não seriam mantidos intactos, dada a imprevisibilidade de objetos de investigação “fora de laboratório”. Mas fomos surpreendidos em diversos momentos, principalmente dos afazeres de campo, com a riqueza que acasos e determinantes externos nos trouxeram.

Tentar prever os cenários e desenhar a pesquisa de maneira metódica são esforços importantes em busca de objetividade. Mas também é importante reconhecer as limitações e aprender com as lições do inesperado.

### 5.7.1 Locais estrangeiros: diferentes estratégias e cenários

Nos esforços para tentar gerar dados comparáveis entre as duas cidades onde as entrevistas foram realizadas, deparamo-nos com elementos culturais e práticos que dificultaram a criação de condições similares entre os dois ambientes de pesquisa. Em Porto Alegre, algumas entrevistas foram realizadas nos bancos localizados em frente ao prédio da faculdade (figura 8), dentro do espaço universitário, mas num lugar informal e aberto. Outras, em uma mesa afastada dentro da cafeteria da faculdade, em horários em que o burburinho dos frequentadores era insignificante. Esses locais foram escolhidos porque entendemos que gerariam um espaço de privacidade e ao mesmo tempo de naturalidade e fluidez nas respostas. Só uma das entrevistas realizadas no Brasil (entrevista B5) foi feita em uma sala da universidade, em uma mesa de reuniões, o que criou um ambiente de formalidade que, no entender do entrevistador, desfavoreceu uma conversa mais fluida. Uma evidência disso é que esta entrevista foi uma das que teve menor duração total. Depois dela, optamos por voltar a realizar as entrevistas nos lugares mencionados acima (bancos em frente a faculdade, mesas em locais e momentos silenciosos da cafeteria). A Figura 8 mostra a área externa em frente ao prédio da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da UFRGS, próxima de bancos onde foram realizadas algumas das entrevistas em Porto Alegre (os bancos não são os que aparecem na foto, ficam mais afastados do prédio e das áreas de circulação).

**Figura 8** – área externa em frente à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS



Fonte: Divulgação/UFRGS

Já em Getafe, por outro lado, após conversas com professores locais, entendeu-se que realizar as entrevistas dentro do prédio da faculdade seria mais adequado. Os ambientes externos, como a cafeteria, poderiam passar uma impressão de menor seriedade acadêmica e apresentar distrações. Foi bastante interessante observar essa diferença cultural, exemplificada na descrição feita pelo professor Miguel Ángel Marzal, que teve papel essencial na fase espanhola de campo, das solenidades de bancas de defesa (*tribunales*, na Espanha). A formalidade na universidade europeia é mais rígida e protocolar em relação às universidades brasileiras. Assim, no que diz respeito ao local onde as entrevistas foram realizadas, optou-se por fazer o movimento contrário em Getafe do feito em Porto Alegre: um deslocamento à formalidade, em vez de à informalidade, com a intenção de buscar uma participação mais profícua dos entrevistados. Buscou-se realizar as entrevistas em mesas de estudo disponíveis nos corredores do prédio 14 do Campus de Getafe da UC3M, se o horário era de baixa circulação de pessoas, permitindo mais privacidade e menos ruídos para a gravação dos áudios. A maioria das entrevistas presenciais com estudantes da UC3M foi realizada nessas mesas. Outro local utilizado foi a sala de professores visitantes disponibilizada pela universidade, que não costumava ser frequentada por mais pessoas além do entrevistador.

**Figura 9** – mesas nos *pasillos* do edifício da UC3M

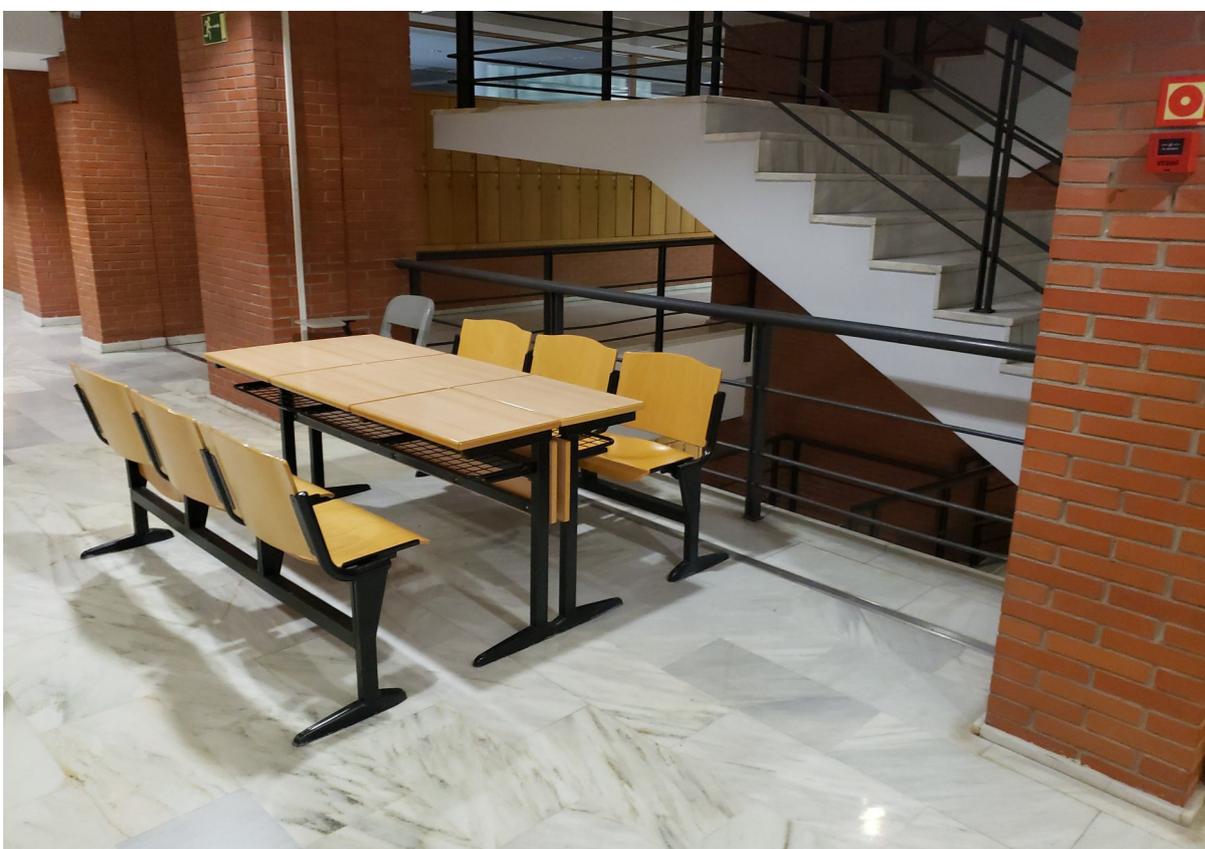


Foto de autoria própria.

Poderia se dizer que essas adaptações enfraquecem a comparabilidade das etapas de campo. Mas fizemos esses distintos movimentos num esforço por obter mais dados qualitativos para o debate atual sobre desinformação. Embora a comparação entre os dados de campo dos dois países seja parte dos objetivos desta pesquisa, não pretendemos atingir um nível de relevância estatística nesse quesito. Priorizamos a análise qualitativa sobre a percepção dos estudantes. Mais nos importa que os dados obtidos fomentem reflexões relevantes para esta investigação e para o campo da Ciência da Informação do que sejam uma representação fiel de perfis de estudantes.

### **5.7.2 Gente em contato: a primeira impressão é a que fica? Notas sobre a relação entrevistado-entrevistador**

Durante e logo depois de cada entrevista se tem uma impressão do quão interessante são as falas do entrevistado, de quanta discussão gerarão durante a etapa de análise. Ao fazer as transcrições, revisar as anotações e fazer as análises, essas impressões se confirmam, mesmo que, na maior parte dos casos, tenha passado meses entre essas atividades e as entrevistas. Ou seja, entrar em contato com as falas dos estudantes, mesmo depois de muito tempo, traz de novo as mesmas impressões: esta fala foi rica, este outro entrevistado não trouxe muita coisa interessante, este terceiro tem uma colaboração muito distinta por conta da sua história de vida, que transpareceu na entrevista. Essas impressões se justificam pela rica diversidade de respostas e contribuições dos estudantes: algumas aquém da expectativa, outras muito surpreendentes.

Mas essas impressões contêm, certamente, também uma parte relacional entre as duas pessoas envolvidas em cada entrevista, com seus corpos, vozes, expressões, aparências. Mesmo nas entrevistas online, os contatos entre vozes e rostos<sup>104</sup> são elos também emocionais, durem eles 10 ou 42 minutos (tempo de áudio gravado das entrevistas mais curta e mais longa). Essas emoções, entrelaçadas com o conteúdo das falas, fomentam identificação, empatia, admiração, mas também podem fomentar algum desconforto, timidez, ou mesmo desapareço pelo entrevistador ou pelo entrevistado.

O esforço pela neutralidade objetiva se fez materializar em reações padronizadas às respostas, com movimentos de cabeça afirmativos e palavras concordantes (“sim”, “interessante”), para estimular e tentar deixar os entrevistados confortáveis. Respostas curtas e rasas exigiam a repetição ou reformulação das perguntas, sempre tentando não mudar o sentido delas ou enviesá-las. Da mesma maneira, respostas longas e profundas também

---

104 Em apenas uma entrevista online o estudante preferiu não aparecer pela câmera

exigiam perguntas complementares, tanto no sentido de tentar esclarecer algumas posições dos entrevistados, como no de tentar organizar mais objetivamente suas contribuições. Esse esforço por esclarecer e organizar as contribuições chegou a um ponto de transparência além do desejado em uma das entrevistas. A conversa estava um pouco menos confortável para o entrevistador, pois as respostas eram longas e um pouco confusas, e este chegou a dizer “Sí, entonces dijiste de [x]<sup>105</sup> tema... Voy a repetir la pregunta para intentares (sic)<sup>106</sup> repetir lo que has dicho con pocas palabras”, antes de refazer a pergunta e incentivar o entrevistado retomando uma das palavras que parecia chave na sua resposta.

Importante referir que tal esforço pela neutralidade objetiva não se pretende desconectado ou isento dos elos emocionais temporários citados. Esses contatos, com toda a racionalidade e a emotividade envolvidas, também são impactados por influências externas. Em algumas entrevistas, pessoas passaram a transitar e conversar a alguns metros de distância a partir de um determinado momento (como quando havia saída de aulas, seja nos corredores da UC3M ou no restaurante da UFRGS). Em outras entrevistas, algum ajuste de agenda entre os entrevistados e o entrevistador pode ter, por exemplo, atrasado uma refeição ou uma volta para casa. Uma influência externa a se destacar foi a necessidade de realizar entrevistas virtualmente, o que não era previsto, mas precisou ser feito por conta de contágio por Covid19 e, a partir daí, o *online* se abriu como uma opção, mesmo que a prioridade tenha sido a realização presencial de entrevistas.

### 5.7.3 Surpresas de campo

Uma variável que causou certas surpresas no campo foi a necessidade de realizar algumas das entrevistas online. As reuniões virtuais são comuns pelo menos desde o começo da pandemia de Covid19, e mesmo no contexto desta pesquisa: as reuniões com o grupo de pesquisa InfoCom<sup>107</sup> são feitas online, assim como as reuniões de orientação foram feitas online, estivessem os participantes a poucos quilômetros ou a um oceano de distância. Cabe dizer, sobre as entrevistas realizadas em videoconferências, que pareceram render de maneira semelhante às presenciais. Mas os contatos envolvem outras mensagens quando estamos no

---

105 Omito aqui a palavra como uma das medidas para proteger a identidade do participante, já que remete a um tema que não foi trazido por outros entrevistados, e a menção ao participante aqui está num contexto que envolve juízo de valor negativo.

106 O entrevistador, lusófono, usou uma palavra que seria do infinitivo pessoal, tempo verbal que não existe na língua castelhana. A palavra “intentares” existe nesta língua, mas no futuro do subjuntivo, o que deixou a frase incorreta e dificultou a compreensão para o entrevistado. Mas na sequência, a pergunta do roteiro foi refeita e o entrevistado pôde reformular e complementar sua resposta.

107 Grupo de Pesquisa em Comportamento e Competências InfoComunicacionais, do qual fazem parte o autor e a orientadora deste trabalho. Site: [www.ufrgs.br/infocom](http://www.ufrgs.br/infocom)

mesmo local: as posturas, expressões, os desvios do olhar são mais significativos, perceptíveis. Algumas falas em entrevistas presenciais foram complementadas por gestos, cuja lembrança ajudou a decodificar algumas palavras nas fases de transcrição e revisão. Por outro lado, falar do conforto da sua casa, inclusive podendo escolher não mostrar seu rosto, pode dar mais fluidez à fala.

Duas experiências online destoaram. Uma foi a entrevista sem transmissão de vídeo do entrevistado, com transmissão apenas da imagem do entrevistador (o estudante optou por não abrir sua câmera). Nesta conversa virtual, a concentração no ícone animado com o nome do entrevistado, com efeito visual proporcional ao volume da fala, foi estranha mas necessária para manter o foco no áudio. Outra entrevista, esta com vídeo, foi interrompida por uma ligação importante que era aguardada pela estudante. Ela saiu do quarto onde estava por pouco mais de um minuto e, ao voltar, pudemos continuar de onde estávamos. Depois de confirmar sua disponibilidade para continuar a entrevista, o entrevistador retomou alguns pontos da última resposta, para dar contexto ao retorno da entrevista.

A modalidade online também causou pequenas perdas de informação: breves falhas na conexão causaram a omissão ou distorção de algumas palavras. A entrevista em que isso mais aconteceu não teve mais do que 5 falhas deste tipo, com cerca de 1s cada, causando perda de algumas palavras, mas não da ideia geral das frases.

### **Roteiro direciona menos do que parece**

É interessante notar as distintas recepções e entendimentos sobre as mesmas perguntas. A expectativa do pesquisador, ao padronizar o roteiro de entrevista, é obter respostas equivalentes em tema e abrangência, mas as perguntas parecem ter acessado diferentes espaços cognitivos, se se pode dizer, dos entrevistados. Claro, as entrevistas eram semi-estruturadas, com perguntas abertas e relativamente genéricas, mas chamou a atenção que as respostas não só iam por caminhos distintos, como às vezes pareciam partir de perguntas distintas. Num exemplo contraintuitivo, um respondente do curso de *Periodismo y Humanidades*, ao responder a pergunta 1 (sobre grandes problemas e desafios da área da Comunicação hoje), trouxe questões específicas da atuação profissional:

- a) falta de enfoque no público jovem;
- b) dificuldade para obter credibilidade online;
- c) defesa de maior aposta em conteúdos audiovisuais e interativos.

Tal resposta surpreendeu (ou foi contraintuitiva) porque o pesquisador esperava mais um enfoque prático no fazer profissional de estudantes do *grado* em *Periodismo*, não tanto

dos do *doble grado* que inclui *Humanidades*; e o enfoque em conteúdos audiovisuais seria mais esperado de estudantes do *doble grado Periodismo y Comunicación Audiovisual*.

Outro exemplo de resposta que “fugiu” da expectativa que se tinha em relação à pergunta, foi a resposta de B6<sup>108</sup> à pergunta 1, sobre “grandes questões da área da Informação hoje”. Embora tenha mencionado questões mais gerais e abstratas, como infodemia e *fake news*, o respondente focou na pessoa que recebe informação: “como a informação vem pra pessoa”, “depende muito da pessoa e também de onde ela vive”. É interessante que estes comentários focam na recepção da informação, mas considerando o contexto, considerando os “conhecimentos, habilidades e atitudes para lidar com a informação e a comunicação” (BRANDÃO, 2022, p. 25) de maneira integrada a um espaço histórico, com influências alheias à vontade individual.

As surpresas nas entrevistas começaram já com as diferentes respostas à pergunta 1, uma questão geral sobre a área. Estas respostas são analisadas no começo do capítulo 6.1. A análise do material de campo foi realizada como descrito a seguir.

## 5.8 Análise de Dados

A análise qualitativa dos dados das entrevistas foi informada principalmente pela análise de conteúdo, mas também inspirada na análise do discurso e em técnicas etnográficas (RUBIN, 2021; PRODANOV; FREITAS, 2013; CAREGNATO; MUTTI, 2006). Os dados de campo foram bastante enriquecidos pelo fato de os sujeitos entrevistados estarem inseridos em diferentes contextos nacionais. Esses contextos envolvendo distintos currículos de educação formal e distintas arenas públicas de debate sobre questões relacionadas com a desinformação. Semelhanças e diferenças que puderam ser identificadas nas entrevistas evidenciam influência dos contextos mencionados, mas, mais que isso, realizar entrevistas com grupos de tal maneira diversos pode trazer colaborações e *insights* para a compreensão e enfrentamento da desinformação.

O atingimento dos objetivos específicos relacionados com a etapa empírica (objetivos b e c, reproduzidos no subcapítulo anterior) foi buscado com esta análise quali-quantitativa do material de campo e sua comparação com o material encontrado durante a pesquisa bibliográfica, vinculada ao objetivo a.

A parte quantitativa da análise dos dados foi baseada na Análise do Conteúdo, com a organização dos textos das entrevistas em planilhas, separadas em perguntas e entrevistados. Foi utilizada a ferramenta [Voyant Tools](#), um “ambiente para leitura e análise de textos digitais

---

108 O sexto estudante de Biblioteconomia entrevistado, como explicado no começo do capítulo 6

baseado na *web*<sup>109</sup>. A ferramenta auxiliou na verificação da frequência de palavras e expressões, e para medir o tamanho das respostas, por exemplo, possibilitando verificar quais perguntas geravam respostas mais longas. Algumas categorias quantitativas utilizadas foram:

- maiores respostas por número de palavras, por curso;
- proporção de respostas positivas ou negativas à pergunta 4 (sobre preparo para lidar com desinformação) por curso, por área (Comunicação ou Informação) por cidade (Porto Alegre ou Getafe), por gênero, por raça, por nacionalidade de origem espanhola ou não;
- categorias de definição do que é desinformação, por curso, por área, por cidade.

A verificação da frequência de aparição de temas nas respostas foi feita com a contagem de palavras começadas com um mesmo radical, ou palavras relacionadas. Na análise dos resultados, mostraremos os termos usados para busca seguidos de um asterisco, para mostrar que todas as palavras começadas com tais letras foram incluídas na contagem: por exemplo, “educa\*” inclui as palavras “educar”, “educação”, “educación”, “educador”, “educativo”. Sobre as palavras relacionadas, incluímos em algumas análises palavras que remetem a um mesmo tema. Por exemplo, quando fizemos a análise sobre a ocorrência de referências a chefe de Estado e de governo nacional, no Brasil usamos as palavras “Bolsonar\*” (para incluir também “bolsonarismo” e “bolsonarista”) e “presid\*” (para incluir “presidente”, “preside”, “presidir”, sempre verificando se o contexto de aparição condiz com o tema em análise). Na Espanha usamos o mesmo termo de busca “presid\*”, “Sánchez” (sobrenome do chefe de governo) e “Felipe” e “rey” (referentes ao chefe de Estado, Felipe VI de Espanha).

A análise do discurso, por sua vez, foi a referência principal na discussão qualitativa dos resultados (HOWARTH, 2000; RUBIN, 2021; CAREGNATO; MUTTI, 2006). A partir dela pôde-se verificar, por exemplo, ênfases diferentes às posturas individuais e à necessidade de ações mais estruturais a serem realizadas pelo Estado ou instituições de finalidade pública, como grupos independentes de profissionais especializados. Essas verificações foram realizadas a partir de sugestões encontradas na literatura metodológica (referida neste capítulo), na literatura teórica (referida principalmente nos capítulos anteriores), e também a partir de *insights* surgidos durante a realização da pesquisa. Pode-se destacar dentre esses momentos de *insights* as reuniões com o grupo de pesquisa InfoCom e conversas com professores, principalmente a orientadora Jussara Borges e o professor Miguel Ángel Marzal García-Quismondo, que recebeu o autor deste trabalho na etapa realizada na universidade

---

109 Voyant Tools is a web-based reading and analysis environment for digital texts.

Carlos III de Madrid. Algumas categorias de análise surgiram durante a exploração do material de campo, ou seja, influenciadas pelas falas dos entrevistados: como diz Rubin (2021), o campo exige pequenas adaptações de trajetória. O que certamente é parte da sua riqueza, mencionada no subcapítulo anterior, e relatada no capítulo seguinte.

## 6 RESULTADOS EMPÍRICOS

O objetivo geral desta pesquisa, investigar a percepção de alunos de cursos das áreas de Informação e Comunicação sobre o fenômeno da desinformação, tem estreita relação com sua etapa de campo. A conversa com estudantes em semestres finais de estudo de graduação objetivou promover reflexões sobre o fenômeno da desinformação. Dois dos objetivos específicos são também diretamente relacionados com a etapa de campo: objetivo b) verificar se existem diferenças significativas entre os discursos dos estudantes dos cursos e universidades estudadas em relação à percepção sobre a desinformação; e objetivo c) comparar as perspectivas sobre a desinformação indicadas na literatura com a percepção dos sujeitos da pesquisa.

O que se encontrou nesta pesquisa sugeriu-nos relatar o que se segue, a partir da trajetória de pesquisa e da experiência das pessoas envolvidas, principalmente mestrando e orientadora, mas também incluindo os membros do grupo de pesquisa em Comportamento e Competências InfoComunicacionais (InfoCom), o professor Marzal em Getafe e diversas outras pessoas que colaboraram direta ou indiretamente com este trabalho. Os resultados serão apresentados entremeados de falas dos entrevistados, que serão citadas com o seguinte esquema de letras e números, baseados nas iniciais dos nomes dos cursos e na ordem cronológica de realização das entrevistas:

- a) B1 a B8 são os estudantes de Biblioteconomia da UFRGS, entrevistados em Porto Alegre em agosto de 2022
- b) J1 a J8 são os estudantes de Jornalismo da UFRGS, entrevistados em Porto Alegre em agosto de 2022
- c) G1 a G8 são os estudantes de *Gestión de la Información y Contenidos Digitales* da UC3M entrevistados em Getafe em setembro e outubro de 2022
- d) P1H, P2H, P5H, P6H e P7H são os estudantes do *doblo grado de Periodismo y Humanidades* da UC3M entrevistados em Getafe em setembro e outubro de 2022; P3, P4 e P8 são os estudantes de *Periodismo* da UC3M entrevistados no mesmo local e período

A média etária dos entrevistados no Brasil é 28,5 anos, e na Espanha 21,25. A tabela 4 traz a média por curso e os gêneros dos respondentes. Todas as pessoas que não se identificaram com o gênero feminino se identificaram com o masculino.

**Tabela 4** – médias de idade e gênero dos respondentes

Variável	Porto Alegre		Getafe	
	Biblioteconomia	Jornalismo	GICD	Periodismo
Média de idade	31,75	25,38	21,5	21
Gênero feminino	6 (75%)	3 (37,5%)	3 (37,5%)	7 (87,5%)

Fonte: elaboração própria

Houve uma prevalência de mulheres entre as entrevistas de Biblioteconomia (75%) e de Periodismo (87,5%). No total das 32 pessoas, de todos os cursos, foram 59% as entrevistadas do gênero feminino.

A questão etária chamou atenção: os respondentes de Getafe apresentaram uma média de idade bastante inferior à dos entrevistados em Porto Alegre. Uma possível explicação pode ser o maior desenvolvimento econômico espanhol, que permite que mais jovens dediquem-se à graduação como ocupação principal (considerando a idade média e a etapa do curso em que estavam, é improvável que conciliem os estudos com trabalho de turno integral). Todos os respondentes na Espanha tinham entre 20 e 23 anos. No Brasil, tinham entre 21 e 54 anos, sendo que a maioria (14 entrevistados, ou 87,5%) tinha mais de 23 anos, ou seja, eram mais velhos do que os entrevistados em Getafe.

Em ambos os países, pôde-se notar uma correlação entre o nível de estudo dos pais ou responsáveis pelos estudantes e sua renda familiar (tabela 5). Tal fato não surpreende, dada a importância do nível educacional para o posicionamento no mercado de trabalho e vice-versa. O que chama a atenção é a diferença, no Brasil, entre os alunos de Jornalismo e Biblioteconomia: estes têm, na média, pais ou responsáveis com menor nível de estudo formal e menores rendas familiares. Este dado tem correlação direta também com a idade dos estudantes (quanto mais jovens, maior a renda familiar e a escolaridade dos pais), o que provavelmente se explique pela maior necessidade que jovens de famílias com menor renda têm de trabalhar, atrasando – quando não inviabilizando – seus estudos de nível superior.

**Tabela 5** – médias de renda familiar aproximada e escolaridade dos pais, por curso

Variável	Porto Alegre		Getafe	
	Biblioteconomia	Jornalismo	GICD	Periodismo
Renda familiar <sup>110</sup>	3,75	7,21 <sup>111</sup>	3,75	3,14
Escolaridade dos pais	2,5	3,75	3,81	3,5

Fonte: elaboração própria a partir de dados de pesquisa (2023)

Os dados de renda familiar não são diretamente comparáveis entre os países, por conta das peculiaridades econômicas e do sistema de educação formal de cada um.

A média de renda familiar no Brasil corresponde a média aritmética das declarações dos entrevistados sobre a renda familiar aproximada em salários mínimos (aproximadamente R\$1200). Já na Espanha, foi criada uma escala numérica (de 1 a 6) com base nas faixas de renda da *Declaración de Renta* para fins de recolhimento do *Impuesto sobre la renta de las personas físicas* (IRPF). Foram arredondados valores da escala oficial, resultando em milhares absolutos, para facilitar a resposta de estudantes que precisassem fazer um cálculo aproximado. A escala resultante a partir das faixas apresentadas aos estudantes é esta:

- a) De 0 euros a 12.000 euros al año = 1
- b) De 12.000 euros a 20.000 euros = 2
- c) De 20.000 euros a 35.000 euros = 3
- d) De 35.000 euros a 60.000 euros = 4
- e) De 60.000 euros a 300.00 euros = 5
- f) Más de 300.00 euros = 6

Foi cogitado relacionar os dados de ambos os países com os salários mínimos locais, para permitir uma comparação. Mas entendemos que seria complicado produzir dados fiáveis, de onde se pudesse extrair conclusões, considerando a dificuldade de comparar o poder de compra de faixas de renda em duas moedas de dois países e economias diferentes. Como o foco do trabalho é a análise qualitativa, optamos por nos restringir à classificação descrita acima, que permite a comparação entre os cursos de cada país, mas não entre os países.

No caso das médias de escolaridade dos pais, fizemos uma escala de 0 a 5 em cada país, mas a escala espanhola foi construída depois de já termos começado as entrevistas. As peculiaridades do sistema educativo formal da Espanha eram desconhecidas quando construímos o roteiro de entrevistas. Apesar das diferenças, tentamos adaptar as duas escalas

110 Dado não comparável diretamente entre países, conforme explicado após a tabela.

111 Um dos oito estudantes de jornalismo preferiu não responder a esta pergunta.

de modo a permitir uma equivalência aproximada entre os dados dos dois países.

Foi criada a seguinte escala para as respostas no Brasil:

- a) analfabeto = 0
- b) fundamental incompleto = 1
- c) fundamental completo = 2
- d) médio completo = 3
- e) superior completo = 4
- f) pós-graduação = 5

Na Espanha, existe uma etapa obrigatória do Ensino Médio (*Educación Secundaria Obligatoria*, ou ESO) que deve ser cursada entre 12 e 16 anos (EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA, 2023). Após esta etapa, é possível cursar um curso técnico profissional (*formación profesional de grado medio*) ou um *bachillerato*, que serve de preparação ao ingresso numa graduação (*grado superior*) ou num curso superior profissional (*formación profesional de grado superior*). Após conhecer essas modalidades, construímos a escala assim:

- a) analfabeto = 0
- b) *educación primaria* = 1
- c) *educación secundaria obligatoria* = 2
- d) *bachillerato* ou *formación profesional de grado medio* = 3
- e) *formación profesional de grado superior* = 3,5
- f) *grado superior* = 4
- g) *posgrado* = 5

A escala espanhola, com suas especificidades, foi levemente arredondada “para baixo” em comparação com a brasileira, considerando que a formação profissional de nível superior correspondeu ao 3,5 (número intermediário, na classificação brasileira, entre nível Médio e o Superior), ou que a etapa a ser regularmente concluída com 16 anos naquele país tenha sido classificada com o mesmo 2 que no Brasil identifica o Ensino Fundamental, a ser concluído regularmente com 14 ou 15 anos (ENSINO FUNDAMENTAL NO BRASIL, 2023). A opção por esses arredondamentos se deu pela inexistência de equivalentes entre os dois países (ou relativa raridade, no caso do Ensino Superior Profissional ou tecnólogo no Brasil). E o arredondamento levemente “para baixo” foi escolhido pelo fato de o acesso ao ensino formal no Brasil ser menos facilitado e geral: dados de 2019 mostravam que 52% da população

acima de 25 anos não tinha concluído o ensino básico, etapa que termina no último ano do ensino médio (G1, 2020<sup>112</sup>).

A diferença de renda e escolaridade dos pais entre o cursos da área de Informação (Biblioteconomia) e o da Comunicação (Jornalismo) em Porto Alegre<sup>113</sup> não se notou nos cursos de Getafe. Lá, inclusive, o curso da área da Informação apresentou maiores médias de renda familiar e escolaridade dos pais, embora a diferença não seja tão pronunciada: 3,75 de renda entre os estudantes de *Gestión de la Información y Contenidos Digitales* (GICD) e 3,14 entre os estudantes de *Periodismo*; na escolaridade dos pais as médias ficaram em 3,81 e 3,5, respectivamente. Conversando com o professor Miguel Ángel Marzal sobre o curso de GICD, pudemos verificar que a implantação deste curso em 2017 atendeu a novas demandas e interesses profissionais e acadêmicos da sociedade local. De certa maneira, isso pode conferir um *status* de modernidade e de empregabilidade futura a esta graduação, que acabaria atraindo um público também de classes mais altas. O curso de Biblioteconomia, apesar de também ser da área da Informação e estar ligado a debates atuais sobre o mundo digital e sobre a própria desinformação que é tema desta pesquisa, talvez não seja tão demandado por estudantes de alta renda por conta de estereótipos associados à instituição “antiga” da biblioteca: vinculada aos suportes em papel, em espaços pouco dinâmicos. Na comparação entre os cursos da UFRGS, podemos supor que Jornalismo tenha um apelo também entre estudantes com maior renda familiar por conta da visibilidade da profissão, seja em meios de comunicação de massa (“tradicionais”) ou nos digitais, sendo, inclusive, talvez a graduação mais associada com a atividade de “influenciador digital”. Embora tragamos essas hipóteses para reflexão, não é algo que possa ser afirmado por esta pesquisa, seja pela pequena amostra, seja porque não foi objeto desta pesquisa.

A seguir, apresentamos os resultados ligado às perguntas abertas, começando com a primeira questão, sobre grandes questões e desafios da área de estudo dos entrevistados.

## 6.1 As grandes questões e desafios da Informação e da Comunicação hoje

A primeira pergunta do roteiro não mencionava o assunto “desinformação”, perguntando genericamente sobre os grandes problemas, questões, desafios da área. Uma das ideias era verificar quantas vezes e como o tema da desinformação apareceria espontaneamente – mas não foi possível obter respostas tão espontâneas porque nos convites e

112 G1 aqui é o portal de notícias do grupo Globo, não confundir com a primeira entrevistada do curso de GICD.

Link para a notícia: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2020/07/15/escolas-da-rede-publica-atendem-mais-de-80percent-dos-alunos-do-ensino-fundamental-e-medio-aponta-ibge.ghtml>

113 Renda familiar média: 3,75 Biblioteconomia, 7,21 Jornalismo. Escolaridade dos pais: 2,5 Biblioteconomia, 3,75 Jornalismo

Termos de Consentimento aparecia o tema da pesquisa, o que provavelmente influenciou em parte algumas respostas.

Dentre os temas que mais apareceram, é interessante notar a expressão “*fake news*”, que apareceu 12 vezes nas respostas à primeira pergunta feita em Porto Alegre, na fala de 9 pessoas. Em Getafe, a mesma expressão apareceu 2 vezes, e *noticias falsas*, 1. Somando as duas expressões, 3 pessoas em Getafe as mencionaram. Por outro lado, a expressão trabalh\*<sup>114</sup> apareceu na fala de 4 pessoas em Porto Alegre, e apenas na de uma em Getafe. E a palavra *medios* (no sentido de *medios de comunicaci3n*, tamb3m em express3es como *medios tradicionales*, *medios como las redes sociales*) apareceu na fala de 7 pessoas em Getafe e nenhuma vez em Porto Alegre (a palavra apareceu na fala de um entrevistado, mas em outro sentido). Por outro lado, em Getafe a express3o *redes sociales* foi mencionada por 7 pessoas, em 11 ocorr3ncias. Esta mesma express3o (redes sociais ou rede social) n3o apareceu nenhuma vez nas respostas coletadas no Brasil. O detalhamento das express3es que apareceram nas respostas à primeira pergunta esta na Tabela 6.

**Tabela 6** – menç3es a diferentes express3es em Porto Alegre e em Getafe à pergunta 1, sobre grandes quest3es e desafios atuais da 3rea da Informaç3o/Comunicaç3o

Express3o	Porto Alegre		Getafe	
	Ocorr3ncias	Pessoas	Ocorr3ncias	Pessoas
<i>Fake news, noticias falsas</i>	12	9	3	3
Redes sociais / <i>redes sociales</i>	0	0	11	7
Trabalh*/trabaj*	13	4	1	1
Meios/medios	2** <sup>115</sup>	1**	18	7

Fonte: elaboraç3o pr3pria

Podemos conjecturar que a ocorr3ncia maior da express3o trabalh\* no Brasil se justifique pela maior incerteza com o mercado de trabalho, e a maior desigualdade social: a preocupaç3o com os meios de subsist3ncia e as condiç3es materiais de vida tende a ser maior

114 O asterisco indica palavras que terminam com quaisquer letras a partir dali. No exemplo “trabalh\*”, poderiam ser “trabalho”, “trabalhe”, “trabalhadora”, “trabalheira” etc.

115 \*\* As duas apariç3es da palavra, na fala do mesmo entrevistado, n3o tinham o sentido de “meios de comunicaç3o”. Numa das vezes, o sentido era de condiç3es materiais para acesso à informaç3o, no contexto da pirataria: “o qu3o 3tico ou n3o 3 tu obter acesso a algo de maneira ilegal quando tu n3o tem **meios** de fazer isso por vias oficiais.” Na outra, era no sentido de vias, mecanismos: “o pessoal conheceu as obras primeiro em vers3es online pirateadas pra depois isso vir por **meios** oficiais atrav3s das editoras” (B4, resposta 1, grifos nossos).

neste país. As falas não mostram tão explicitamente isso, mas a simples ocorrência das palavras com essa raiz pode ser um indicativo indireto dessa preocupação. O que as falas trouxeram são preocupações com as condições de trabalho do jornalista num mercado que exige que ele desempenhe diversas funções, antes especializadas e desempenhadas por mais de um profissional:

J5, resposta 1:

– Outra questão também é as redações estarem cada vez mais enxutas, o que **sobrecarrega** o jornalista hoje em dia. Mesmo eu não tendo estagiado, eu conheço pessoas que trabalham ou estagiam e todas elas confirmam que hoje o jornalista ele é **multitarefa demais**, o que o sobrecarrega e por consequência pode acabar **diminuindo a qualidade** da informação.

J8, resposta 1:

– Nosso **piso salarial** é extremamente baixo, as **condições de trabalho** muitas vezes são... exigem que o profissional seja **multitarefa**, desempenhe muitas funções.

J8 defendeu a importância do trabalho jornalístico e a necessidade de sua valorização, social e remuneratória. O diagnóstico de precariedade dos postos de trabalho da área também foi referido na Espanha por P2H<sup>116</sup>. Na busca por revalorização, J8, resposta 1, indica que seria necessário o retorno do interesse pelo noticiário de qualidade, “trazer as pessoas de novo para debater as notícias, debater o mundo, a realidade dos fatos [...] fisgar essas pessoas e trazer elas para o debate”.

Outra expressão bem mais recorrente em Porto Alegre foi *fake news* (citada por 5 estudantes de Biblioteconomia e por 4 de Jornalismo), denotando uma maior preocupação com a desinformação proposital, com formato que simula notícias utilizando-se da legitimidade que as notícias socialmente têm como produtos de um sistema perito informacional (ARAÚJO, 2021a). São “mentiras travestidas de jornalismo” (ARAÚJO, 2021b, p. 6), “ações que tentam se aproveitar da legitimidade dos sistemas peritos” (ARAÚJO, 2021b, p. 1), ou, como disse um entrevistado “mimetizam” o jornalismo:

J7, resposta 6:

– Mas a gente não desmembra assim “Vamos estudar isso aqui pra ver porque consegue... o que isso aqui tem de... **como é que ela [fake news] mimetiza Jornalismo pra enganar alguém**”, isso a gente não faz. Sei lá, pensei nisso agora, mas seria uma coisa interessante talvez de fazer, como é que ela **se veste de notícia pra enganar alguém?**

116 lamentavelmente suelen ser postos precarios

*Fake news* foi citada na primeira resposta de 56% dos entrevistados no Brasil e na de 19% dos entrevistados na Espanha. Como já afirmamos, a amostra é bastante restrita e não temos como finalidade realizar uma análise quantitativa extrapolável com bom nível de confiança, mas destacamos esses dados em que houve discrepância grande entre grupos (cursos, países, gêneros). A maior presença da expressão *fake news* no Brasil pode ter a ver com a abundância de conteúdo político polarizado durante a época de eleições (tema que também apareceu bem mais no Brasil). As entrevistas no Brasil foram realizadas poucas semanas antes das eleições gerais de 2022. Mas muitos entrevistados referiram ao contexto dos últimos anos, com a ascensão da extrema-direita no cenário nacional e o aumento do uso da desinformação como ferramenta político-eleitoral. Este tema será mais detalhado na seção 6.2.1 Eleições no Brasil, confiança nas autoridades, e política.

Surpreendeu-nos que no Brasil nenhum respondente usou a expressão “redes sociais” na primeira resposta. Inclusive porque é um local onde as *fake news* (expressão que apareceu mais em Porto Alegre) se difundem com maior intensidade. Uma resposta (J3) citou “Twitter” e “Instagram”, mas foi a única a referir às mídias sociais. Já em Getafe, sete respostas (44% das pessoas) usaram a expressão “redes sociales”. G7 defendeu uma regulação das redes sociais para mitigar a difusão de desinformação:

G7, resposta 1:

– Acho que o maior desafio é saber **como regular e limitar as redes sociais** para procurar evitar, tanto quanto possível, que se dissemine informações falsas, **sem entrar no terreno de censurar** as pessoas.<sup>117</sup>

O tema da censura foi bastante presente nas entrevistas em ambos países, geralmente como um perigo que ronda as abordagens à desinformação. Mas dois entrevistados defenderam controle ou remoção de conteúdos falsos ou enganosos utilizando a palavra censura (ver 6.4.1 “É meio difícil ver jornalista defendendo a censura, mas...”, “la palabra censura suena muy fea, pero...”)

As perguntas em que os entrevistados mais falaram estão nas tabelas 7 e 8. É interessante notar que a pergunta que mais teve ocorrências como a maior resposta (em número de palavras) foi a pergunta 5, sobre o que deve ser feito em relação à desinformação e por quem (sete vezes a maior no Brasil e cinco vezes na Espanha). Chama a atenção que a

<sup>117</sup> “Yo creo que el mayor desafío es saber cómo regular y limitar las redes sociales para tratar de evitar, en la manera posible, que se difunda información falsa, sin entrar en el terreno de censurar a las personas.”

resposta 1 (sobre grandes questões e desafios da área) foi a mais comprida em 3 entrevistas com estudantes de *Periodismo (y Humanidades)*, uma com os de GICD e uma com os de Biblioteconomia. Já três estudantes de GICD tiveram na sétima resposta (sobre a postura que os profissionais da sua área devem ter em relação à desinformação) sua maior fala em número de palavras.

**Tabela 7** – Maiores respostas PoA (em número de palavras)

Respondente	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	J8
Pergunta	1	5	5	5	8	7	9	5	4	5	5	9	5	6	8	2

**Tabela 8** – Maiores respostas Getafe (em número de palavras)

Respondente	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	P1H	P2H	P3	P4	P5H	P6H	P7H	P8
Pergunta	7	4	6	7	7	2	5	1	8	5	5	5	1	5	1	1

Os dados parecem indicar que há mais disposição para falar sobre o que deve ser feito em relação à desinformação e por quem; quais as grandes questões e desafios da área (especialmente entre estudantes de *Periodismo*) e qual deveria ser a ação do profissional da área (especialmente entre os estudantes de GICD). Mas também devemos ter em conta que a insistência ou retomada de algumas perguntas (ver seção [6.1.2 Gente em contato: a primeira impressão é a que fica? Notas sobre a relação entrevistado-entrevistador](#)) deve ter influenciado o tamanho ou detalhamento das respostas em algumas entrevistas.

### **Eleições no Brasil, confiança nas autoridades e política**

A proximidade com o período eleitoral no Brasil e a ascensão da utilização de desinformação no contexto político fez com que assuntos da política, como a confiabilidade de fontes oficiais (governos, governantes, instituições públicas) fossem mais referidos nas entrevistas realizadas no Brasil. A discrepância de ocorrências de palavras começadas com “elei” no Brasil e com “elec” na Espanha ilustra a maior presença deste assunto nos universitários da UFRGS em relação aos da UC3M: dez entrevistas (62,5%) mencionaram palavras com o radical de “eleição” no Brasil, enquanto apenas três entrevistados (19%) usaram palavras relacionadas com “elección” na Espanha. Da mesma maneira, sete entrevistados em Porto Alegre (44%) mencionaram o então presidente Bolsonaro ou seu movimento político (palavras começadas com “bolsonar”), enquanto nenhum entrevistado na

Espanha mencionou o sobrenome do presidente Sánchez, nem palavras iniciadas com “presid”<sup>118</sup>, o nome do rei Felipe VI ou a palavra “rey”<sup>119</sup>. Considerando estudantes que mencionaram qualquer uma das expressões, a discrepância fica bastante evidente: 14 (87,5%) dos entrevistados em Porto Alegre o fizeram, comparado com apenas 3 (18,75%) dos entrevistados em Getafe. A tabela 9 detalha os quantitativos mencionados.

**Tabela 9** – comparação de número de estudantes que mencionaram eleições ou chefes de governo e Estado, por curso

Expressão	Bibliot.	Jornalismo	Brasil	GICD	Periodismo	Espanha
Elei*/elec*	3 (37,5%)	7 (87,5%)	<b>10 (62,5%)</b>	1 (12,5%)	2 (25%)	<b>3 (18,75%)</b>
Bolsonar*, presid* / Sánchez, presid*, Felipe, rey	3 (37,5%)	5 (62,5%)	<b>8 (50%)</b>	0	0	<b>0</b>
Qualquer das expressões	6 (75%)	8 (100%)	<b>14 (87,5%)</b>	1 (12,5%)	2 (25%)	<b>3 (18,75%)</b>

Fonte: elaboração própria a partir de dados de pesquisa (2023)

Talvez a principal motivação para a maior ocorrência do tema em Porto Alegre tenha sido a iminência de eleições gerais no Brasil, cujo primeiro turno aconteceu dia 2 de outubro, menos de dois meses depois das entrevistas. No caso espanhol, tanto as eleições municipais e autonômicas quanto as eleições gerais que serão realizadas em 2023 tardarão pelo menos seis meses em relação às entrevistas em Getafe (EL MUNDO, 2023).

Além da proximidade eleitoral, podemos supor que os estudantes de universidade pública no Brasil de 2022 estivessem mais preocupados ou atentos à polarização política, exemplificada eleitoralmente pelo apertado resultado que as eleições presidenciais viriam a ter no Brasil. Mas, mais que isso, preocupados com o extremismo político, ilustrado por posições isoladas e contrárias a recomendações de instituições internacionais adotadas pelo governo brasileiro em temas como a pandemia de Covid19. Uma dessas posições foi a falta de gestão e transparência com dados de infecção e mortes durante a pandemia: o governo federal brasileiro deixou de organizar e publicar esses números. Em resposta, veículos de imprensa criaram um consórcio, em conjunto com autoridades de saúde estaduais, que reunia e divulgava diariamente os dados da Covid. Na entrevista de J8, ele mencionou o consórcio ao falar do papel da imprensa contra a desinformação. O estudante, que falou sobre eleições em

118 Em Porto Alegre, todas as menções a palavras começadas por “presid” foram feitas por entrevistados que também usaram palavras começadas por “elei” ou por “Bolsonar”

119 O nome e cargo de Filipe VI foram incluídos por ele exercer as funções de chefe de Estado e comandante-em-chefe das Forças Armadas, que no Brasil são acumuladas pelo Presidente da República.

respostas a duas perguntas, disse, em uma terceira resposta, que “o Jornalismo [...] tem um dever social [...exemplificado pel]o que aconteceu durante a pandemia, dos veículos de comunicação se unirem [...] para passarem os dados corretos dos números de mortos, do números de internados.” (J8, reposta à pergunta 8, sobre instituições com papel-chave para pensar e agir sobre a desinformação).

Eleições e confiança (ou desconfiança) nas autoridades são temas que vieram frequentemente associados com a desinformação. O quadro 7 traz exemplos de menções à política e às eleições nas entrevistas de Porto Alegre.

**Quadro 7** – Presença do tema da política e das eleições nas entrevistas em Porto Alegre

<p>B1 (resposta à pergunta 4, se se sente preparada para lidar com a desinformação):</p> <p>– Não [ri]. Principalmente agora que a gente viu, <b>depois dessas eleições</b>, o tanto de <i>fake news</i> e informações não certas que aconteceram, né.</p>
<p>B4 (resposta à pergunta 5, sobre o que e quem deve fazer algo em relação à <i>fake news</i>, desinformação, pós verdade):</p> <p>– Por exemplo, ontem eu tava vendo uma cena que eu achei engraçada, tava tendo a posse do Alexandre de Moraes como... acho que é presidente do <b>TSE</b><sup>120</sup> e o <b>Bolsonaro</b> tava na frente dele e ele ali falando que “ah, não vai ser admitido isso, isso e aquilo”, mas o cara que faz isso todo dia tá na tua frente, sabe?</p>
<p>B7 (resposta à pergunta 1, sobre grandes questões e desafios da área):</p> <p>– As fontes de informações que não são confiáveis, né, principalmente, não entrando na questão de <b>política</b>, mas assim, não tem muito como a gente separar, também, né? Principalmente numa época como a de hoje, que <b>a gente tá entrando num período eleitoral</b>, então a gente sabe que existe muitas instituições que mais desinformam na realidade do que informam as pessoas.</p>
<p>B8 (resposta à pergunta 6, sobre a discussão sobre desinformação na faculdade):</p> <p>– [...] nos <b>períodos eleitorais</b> também a gente vê [...] difamação de <b>candidato A</b>, de <b>candidato B</b>.</p>
<p>J2 (resposta à pergunta 5, sobre o que deve ser feito em relação à desinformação, <i>fake news</i>, pós-verdade; e quem deve fazê-lo):</p> <p>– Cara, eu acho que eu tenho um ponto muito importante que é do ponto de vista das... dessas</p>

120 Tribunal Superior Eleitoral, que administra o processo eleitoral no Brasil.

ferramentas e plataformas, né? Por exemplo, agora durante as **eleições**. Tem um regulamento pra lidar com as **candidaturas**, né, os candidatos devem ter o mesmo tempo de televisão nos debates e tudo mais, né? Só que na internet, nas redes sociais, parece que não tem muito esse controle, né? E são meios decisivos hoje, que atingem muitas pessoas.

J8 (pergunta 2):

– Eu trabalho dentro de um veículo de Comunicação e é diariamente assim, agora nas **eleições** tem toda uma mobilização pra fazer uma verificação, *fact-checking* quase que em tempo real do que os **candidatos** estão falando, justamente pra não gerar desinformação da população e a coisa não tomar outras proporções, né?

(pergunta 6):

– Acho que a eleição de 2018 foi um grande festival de notícias falsas pra todos os lados, depois teve, também ali a **eleição de 2020, Porto Alegre** também que teve muitas fake news

Exemplos de presença do tema da política e das eleições nas entrevistas em Porto Alegre. Grifos nossos.

Focando no discurso dos entrevistados, podemos ver que alguns buscam demonstrar neutralidade nas falas, como em “notícias falsas para todos os lados” (J8), “difamação de candidato A, de candidato B” (B8). Mas é possível notar em outras falas que os estudantes de Porto Alegre foram no geral críticos ao então presidente Bolsonaro, às vezes de maneira explícita: “o cara que faz [ações declaradas pelo presidente do TSE como passíveis de punição] todo dia” (B4), “o Bolsonaro é um cara que mente muito” (B6) ou “o cara tá fazendo isso [ampliação de benefícios sociais] porque ele precisa criar votos, tá em ano de eleição, está a dois meses da eleição” (J4). Linguisticamente é curioso observar que esses três entrevistados que criticaram explicitamente o presidente utilizaram a gíria “cara” para se referir a ele, um sinal de informalidade compatível com nossa escolha por esta abordagem nas entrevistas em Porto Alegre. A naturalidade e fluidez informal dos comentários não veio desacompanhada de rigor nas suas argumentações sobre pragmatismo político (J4), jornalismo declaratório<sup>121</sup> (B6), responsabilização e relação entre poderes (B4).

Algumas vezes, a posição contrária a Bolsonaro apareceu de maneira mais sutil: “A gente não pode ficar só pesquisando fontes naqueles locais que ‘tão mais de acordo com o que a gente pensa [...] Até por isso tem pessoas que seguem o Bolsonaro” (B5). Esta consciência de B5 sobre a diversidade e o viés das fontes indica uma abordagem madura à desinformação, uma abordagem que “compara as informações” da “fonte primária [Bolsonaro]” com “outras

<sup>121</sup> Tipo de reportagem que dá destaque a falas de figuras públicas. Será mais discutido nos próximos parágrafos.

fontes, o que eles ‘tão falando’ (B5, resposta à pergunta 8). Essa comparação também apareceu em entrevistas em Getafe: P8 usou o verbo “comparar” neste sentido, mas geralmente os estudantes usavam mais expressões como “información contrastada” (G2, P1H e P2H). Este tipo de prática, de comparação de fontes, é diretamente relacionada com o exercício de profissões das áreas de Informação e Comunicação, portanto, é positivo mas não surpreendente que apareça nas entrevistas.

Outro exemplo de crítica indireta ao então presidente foi a fala de B7, quando disse que “existem muitas instituições que mais desinformam na realidade do que informam as pessoas”. Esta crítica a “instituições que desinformam”, assim como a de B6 ao dizer que Bolsonaro “mente muito”, levanta questionamentos sobre a confiabilidade das fontes de informação oficiais e agentes políticos. A necessidade de dar publicidade a feitos e posicionamentos públicos de instituições e autoridades passou a enfrentar um desafio no últimos anos, levando comunicadores e estudiosos da área a problematizarem o uso político-eleitoral que autoridades vêm fazendo do “jornalismo declaratório”. Caracterizado por ser um tipo de reportagem que dá destaque a falas de figuras públicas, o jornalismo declaratório é criticado quando é realizado sem cuidado:

Além de ser mais rápido, pois a checagem resume-se a presenciar a declaração da figura pública, esse tipo de notícia repercute facilmente. Bolsonaro parece ter entendido como funciona o jornalismo declaratório e procura utilizá-lo na manutenção de sua imagem pública, sem preocupar-se com o teor e o conteúdo das declarações noticiadas. A partir disso, pode-se problematizar: como o jornalismo se deixa utilizar para a amplificação de declarações absurdas de Bolsonaro? E o que fazer para não cair nessa armadilha? (LEITE, 2021)

Frases fortes, e até mesmo absurdas, podem garantir manchetes nas capas do jornais, ou pôr algum assunto estrategicamente escolhido por um grupo político na pauta pública: de certa maneira Bolsonaro, mesmo antes de assumir o Executivo, soube utilizar o *agenda setting*<sup>122</sup> da imprensa a seu favor.

Uma resposta bastante interessante à pergunta 5 na Espanha, da estudante P2H, menciona o uso político das mídias sociais. A mesma entrevistada mencionou que a desconfiança nas mídias tradicionais seria um resultado de uma crítica aos interesses empresariais, políticos e “das elites” que se veem representados nelas, o que dialoga com

---

122 Segundo Hohlfeldt (1977), um dos pressupostos da Hipótese de Agendamento (*agenda setting*) é que “os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar em relação a um determinado tema, como desejava a teoria hipodérmica, são capazes de, a médio e longo prazo, influenciar sobre o que pensar e falar, o que motiva o batismo desta hipótese de trabalho. Ou seja, dependendo dos assuntos que venham a ser abordados – agendados – pela mídia, o público termina, a médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações. Assim, a agenda da mídia termina por se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social.”

muito da crítica que a *media literacy*<sup>123</sup> faz dos meios tradicionais. Esta crítica – que tem um embasamento sólido – é comumente utilizada por agentes políticos para, enquanto põem em descrédito as mídias ditas tradicionais, promovem suas agendas políticas através de “narrativas” alternativas, muitas vezes utilizando-se de desinformação (no sentido de *disinformation*, algo propositalmente produzido) e inclusive de teorias conspiratórias (CHATFIELD, 2022). Essas narrativas e “teorias” florescem muito bem nas mídias sociais, por conta de algumas características suas, como a *gamificação*, que fazem uso de conhecimentos de psicologia, design, economia comportamental (ALTER, 2018; NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022).

Sobre este tipo de conteúdo, P2H lamenta a falta de possibilidade de ação dos jornalistas:

P2H, resposta 5

– Claro, **está um pouco fora de nosso controle**. Dos jornalistas, quero dizer. Uma coisa é que uma a conta de determinado veículo publique algo, entende-se que na medida do possível é verdade, informação contrastada e tal. Outra coisa é que haja cidadãos comuns que também informem, que também publiquem uma foto de algo que aconteceu, publiquem e tal, e há muitas que são boas e servem para informar num primeiro momento e tal, mas há muitas outras coisas que são falsas e que **são orquestradas por grupos políticos**.<sup>124</sup>

O controle que escapa aos jornalistas e aos veículos de comunicação em parte estava com ele antigamente, quando as mídias eram dominadas por empresas e veículos empresariais onde o jornalismo profissional reinava – nem sempre com a qualidade que deveria ter. Para onde foi parte deste controle? Da mídia para as mídias. Da dita tradicional para as ditas novas. Das mídias de massa para as mídias sociais. As próprias entidades que persistem ainda vinculadas mais à lógica da mídia de massa se veem reféns muitas vezes das “novas mídias” (BELL, 2019).

A concentração de poder da mídia de massa, inclusive na sua propriedade, com muitos oligopólios, são alvos antigos de crítica (como da mencionada *media literacy*). Já as mídias sociais, cujo poder é exercido de maneira muito mais relacionada com a intimidade das

123 Traduzida algumas vezes como competência midiática, noutras como letramento em mídias

124 “Claro, a nosotros nos escapa un poco el control. A los periodistas, me refiero. Una cosa es que la cuenta de determinado medio publique algo se entiende que dentro de lo que cabe, pues esa información veraz, contrastada y tal. Otra cosa, es que haya personas de a pie, pues que también informen, que también pongan la foto de esto que ha pasado, pongan y tal, no sé qué, y hay muchas que están bien y sirven para informar en un primer momento y tal, pero hay otras muchas cosas que son falsas y que vienen orquestradas por grupos políticos.”

peças – consideremos a nanossegmentação de conteúdos (GONZÁLEZ-CABAÑAS *et al*, 2021), o *nudging* (LORENZ-SPREEN *et al*, 2021), o *gatekeeping* baseados nas mais diversas interações que temos com dispositivos digitais – não costumam sofrer críticas proporcionais ao seu poder, no nosso entendimento. Como espaço de debate público, mas mediado por instituições privadas, que exercem seu poder de influência sobre esse debate, as mídias sociais são relevantes na definição dos rumos políticos das cidades, estados, países. A difusão de desinformação toma lugar nesses espaços, por isso eles são relevantes objetos de análise e aparecem em falas sobre eleições, política e confiança nas autoridades. Na nossa concepção, as falas dos estudantes, embora muito valiosas e nuançadas nos seus posicionamentos, não trouxeram a potência crítica que o cenário exige, como discutido em 6.4 A raiz do problema.

As “muitas coisas que são falsas e vêm orquestradas por grupos políticos” (P2H) são uma faceta que talvez tenha gerado mais debate e crítica aberta às mídias sociais, como nos famosos casos da Cambridge Analytica, do Brexit. A influência em eleições de impacto internacional causam comoção pois põem em questão um pressuposto básico da democracia. Não que a informação e as influências que os eleitores recebem de diversas maneiras não existissem antes do advento das redes sociais digitais, mas um fenômeno recente e de escala muitas vezes global chama a atenção. E não é apenas em eleições que as mídias sociais apresentam questões dignas de, pelo menos, debate. O nome da mais popular plataforma de vídeos está no nome de uma nova profissão que jovens, adolescentes e crianças de quase todo o mundo consideram a profissão dos sonhos. Esta plataforma tem sido, ao mesmo tempo, considerada difusora de conteúdos extremistas e problemáticos, enquanto toma ações arbitrárias e unilaterais em relação a eles (KUMAR, 2019).

Abrimos esta subcapítulo falando de temas que apareceram recorrentemente nas respostas à pergunta 1, sobre as principais questões e desafios da área de estudo dos entrevistados. As notícias falsas e *fake news* foram trazidas por diversos entrevistados, o que pode, em parte, ser justificado pela temática das entrevistas, que era informada anteriormente, quando do convite para participarem. Chamou a atenção que essas expressões foram mais usadas em Porto Alegre, provavelmente pela proximidade das eleições. Por outro lado, nenhum estudante em Porto Alegre referiu a redes sociais nesta primeira resposta, enquanto quase a metade dos entrevistados em Getafe referiu a elas. Muitos destes também falaram dos meios (de comunicação), palavra que não apareceu com este sentido em Porto Alegre. Também chamou atenção nessas respostas a importância dada ao exercício profissional, com palavras vinculadas ao trabalho, em Porto Alegre em maior proporção e com aparente maior

preocupação material. Notícias falsas, redes sociais, trabalho e meios: expressões que condensam as maiores questões e desafios das áreas, segundo os estudantes entrevistados.

Se anteriormente apontamos que pode estar faltando criticidade aos estudantes quando discutem as novas mídias, no subcapítulo seguinte mostramos que eles apontam insuficiência no ensino universitário sobre a desinformação, geralmente por considerarem uma questão recente e complexa.

## **6.2 “A própria Universidade, o próprio ambiente acadêmico não entendeu o que tá acontecendo ainda. Não sei se alguém entendeu”<sup>125</sup>**

A persecução dos objetivos b e c<sup>126</sup> foi realizada nos momentos de planejamento, operacionalização e reflexão sobre a parte empírica da investigação. A ideia de falar com estudantes dos últimos semestres ou anos de cursos de graduação da área da Informação e da Comunicação envolvia a expectativa de ter contato com um público que:

- está em contato com o debate especializado sobre a desinformação,
- já cumpriu a maior parte da grade curricular do seu curso,
- começa ou logo começará a trabalhar com atividades relacionadas com a desinformação e seu combate,
- na média, é jovem.

As entrevistas fizeram diversos diálogos com a bibliografia estudada, mas também trouxeram ideias e questionamentos inesperados, ou inéditos para o entrevistador.

O comentário de J8 na resposta 4 foi bastante condizente com nosso projeto de investigação:

– E eu acho que a gente ainda tá num processo assim, de entender como funciona, até no nível psicológico e comunicacional de porque as pessoas tem tanta facilidade em compartilhar notícias falsas ou então de não se aprofundar em determinados temas, porque que é mais fácil isso do que a informação? O desinformar é muito mais fácil do que o informar.

O estudante de jornalismo aponta que a facilidade de compartilhar notícias falsas, sem se aprofundar. O desinformar é mais fácil: na pós-verdade, compartilhamos porque o conteúdo nos agrada, poupando-nos do esforço de verificação (SORJ *et al*, 2018). Por isso há

<sup>125</sup> J6, resposta 4

<sup>126</sup> b) verificar se existem diferenças significativas entre os discursos dos estudantes dos cursos e universidades estudadas em relação à percepção sobre a desinformação;

c) comparar as perspectivas sobre a desinformação indicadas na literatura com a percepção dos sujeitos da pesquisa

campanhas focadas em estimular os usuários a verificar e agir com mais cuidado nas redes sociais, como as campanhas educativas mencionadas no final do subcapítulo 3.3. Como dissemos lá, concordamos com campanhas que estimulem a responsabilidade cidadã no comportamento informacional, mas também acreditamos que as ações de enfrentamento à desinformação devem se situar em outras frentes apontadas no Quadro 1, nas intersecções possíveis entre Estado, empresas e cidadãos como agentes, e entre produtores, meios e consumidores de conteúdo como foco.

### 6.2.1 Mais homens e mais estudantes da UC3M se disseram preparados para lidar com a desinformação

Embora a pergunta 4<sup>127</sup> fosse geral, sem direcionar para o âmbito profissional ou o âmbito pessoal, algumas respostas focaram mais em um ou outro âmbito. A resposta de J4 mostrou tanto uma mistura entre pessoal e profissional, como a dificuldade de dar uma resposta mais definitiva sobre o assunto:

J4, resposta 4:

– **Profissionalmente acho que sim...** não, **na verdade eu acho que não**. Eu tenho colegas que são muito mais pacientes pra lidar com a desinformação e conversar, sentar, dialogar, debater e ficar nisso... eu sinceramente não tenho muita paciência [ri]

As respostas não costumavam ser tão diretas e objetivas, mas fizemos a classificação considerando respostas “mais positivas” e “mais negativas”, que inclinavam mais ao “Sim” ou ao “Não”. Três exemplos que no nosso entendimento inclinaram por pouco para o não são: P4, quando insisti na pergunta, disse “mais ou menos [preparada]”, mas começou a resposta com “é muito difícil”, “teríamos que estar mais capacitados”<sup>128</sup>. P7H disse “não vai depender de mim, vai depender do veículo em que eu trabalhe” e “ainda que eu queira, é complicado”<sup>129</sup>. B8 começou com “mais ou menos”, mas depois disse que “muitas vezes a

127 Em Porto Alegre, a pergunta era “Tu te percebe preparada pra lidar com a desinformação? Por quê?” Em Getafe, a pergunta era “Te sientes preparada para hacer frente a la desinformación? ¿Cómo?”

128 Es muy difícil. Yo creo que es un trabajo con tanto de las... mi generación y las nuevas que van a ejercer el periodismo, como de las que ya están ahí. Entonces nosotros tendríamos que estar, yo creo que más formados, para poder combatir esa desinformación y también los que ya están trabajando y llevan años ya ejerciendo el periodismo también deberían luchar por ello y para que nuestra generación pueda combatirlo también. Pero yo creo que es difícil, ahora mismo, ahora.  
Sí, más o menos.

Porque, yo creo que, por ejemplo, en la universidad tampoco tenemos, de momento, vamos decir, en el tercer curso, [pues que las tiene?] el año que viene, pero también sé las asignaturas que, tanto las que ya estudiamos cuanto las que van a estudiar. Creo que no mucho se enfoca en el tema de la desinformación y en el tema de identificar lo que son buenas fuentes ni buenos recursos.

129 “no va a depender de mí, va a depender del medio en que yo trabaje [...] aunque yo quiera, es complicado”

gente também é propagador de desinformação”, “eu acho que o currículo ainda não é bem aprofundado”.

**Tabela 10** – Pergunta 4 - Te sentes preparado para lidar [hacer frente] com a desinformação?

Recorte dos respondentes	Positivas	Negativas	% positivo
Porto Alegre	7	7	50 %
Getafe	10	6	63 %
Área da Informação	8	7	53 %
Área da Comunicação	9	6	60 %

Fonte: elaboração própria (2023).

Consideramos duas respostas, B6 e J6, bem no meio termo entre “sim” e “não”, e por isso não as classificamos. B6 começou a resposta com “a gente às vezes vai tá e às vezes não tá”, mencionou “a gente tem ferramentas para lidar com isso, mas...”, “como lidar com uma pessoa que em vez de tipo... ela querer a informação, ela tem fé naquilo”, “mesmo estando errado, sendo mentira, ela tem fé, ela acredita naquilo, é difícil tu lidar assim, entendeu?”, “e daí como vai lidar com uma pessoa de forma racional na informação? É complicado.” Também entendemos melhor não enquadrar J6 em nenhuma das categorias. Sua resposta foi:

J6, resposta 4:

– Eu acho que **sim e não**, tá? Porque sem sombra de dúvida a gente que estuda Comunicação, principalmente quem tá no Jornalismo, **precisa se preparar** pra isso. Mas **eu não acredito que a gente receba uma preparação** e aí eu falo de teoria e prática durante a Universidade que seja adequada. Até porque eu acho que a própria Universidade, o próprio ambiente acadêmico não entendeu o que tá acontecendo ainda, não sei se alguém entendeu. Então, sem sombra de dúvida nós, que estamos aqui, **estamos mais preparados** do que as outras pessoas com outras formações ou com nenhuma formação as vezes. Mas eu não acredito que, por estarmos mais preparados, estejamos talvez melhor preparados.

Uma resposta que tocou várias facetas interessantes sobre o preparo ou despreparo foi a a de P5H:

– Eu acho que é uma questão de.... **Não se pode fazer isso sozinho e é preciso ter muitas ferramentas** e, acima de tudo, **muita atitude**. Penso que aqui, sim, chega um momento em que não podemos simplesmente chafurdar na miséria de dizer: "bem, já que esta é a situação, a culpa não é nossa...". Não, acredito que os jornalistas têm que ser **muito comprometidos com**

**sua profissão** e saber o que estão fazendo e o poder que têm, porque, **no final das contas, eles têm poder**. Portanto, acho que o jornalista que está preparado para fazer isso, alguém que sabe, que já conhece a situação, ou seja, vê isso como um problema e diz "vou ter a atitude de tentar resolvê-lo". Então, eu me vejo preparada no futuro, mas **vou precisar das ferramentas e do apoio** de, bem, se estou em um veículo, do **veículo**, se estou em uma empresa, da **empresa**, o que quer que seja.<sup>130</sup>

Este comentário sobre não ser possível ser feito de maneira individual justifica muitas das respostas negativas, e também a complexidade das respostas em geral, já que poucas pessoas responderam com segurança um definitivo “Sim” ou “Não”. No geral, as respostas levantaram alguns elementos importantes, como as ferramentas e ambiente de trabalho que encontrarão no futuro. Muitos entrevistados em Getafe disseram que o preparo vai depender do local onde trabalhem e das ferramentas e apoio do lugar (veículo, empresa) onde trabalhem, como P7H, resposta 4: “Em muitos jornais certamente não há recursos suficientes [...] vai depender do meio de comunicação em que eu trabalhe”<sup>131</sup>

É interessante notar que este tema das ferramentas e condições de trabalho como determinantes na sua capacidade de lidar com a desinformação apareceu nas respostas à pergunta 4 apenas de estudantes na Espanha. E, nas respostas que focaram mais no trabalho futuro, os estudantes da UC3M trouxeram o empregador e as ferramentas de trabalho disponibilizadas por ele como um elemento importante. Por outro lado, Enquanto este elemento foi bastante presente nas respostas à pergunta 4 obtidas em Getafe, no Brasil a maior parte das respostas focou nos aprendizados durante a graduação.

Os estudantes de Jornalismo se disseram, no geral, preparados para lidar com a desinformação, enquanto os de Biblioteconomia se disseram não preparados.

**Tabela 11** – Pergunta 4: Te sentes preparado para lidar com a desinformação?

Curso	Positivas	Negativas	% positivo
Biblioteconomia	2	5	29%

130 Yo creo que es una cosa de... uno sólo no puede y tienes que tener quizá muchas herramientas y, sobretudo, mucha actitud. Yo creo que aquí sí, que, llega el momento en él que no podemos, pues eso, regodearnos un poco en la miseria de decir: “bueno, cómo esta es la situación que hay, nosotros no tenemos culpa...” No, yo creo que precisamente el periodista tiene que ser muy comprometido con su profesión y saber lo que hace y el poder que tiene, porque, al final, tiene poder. Entonces yo creo que el periodista que está preparado para hacer eso, alguien que sabe, que conoce ya esa situación, o sea, lo ve como un problema y dice “voy a tener la actitud de intentar resolverlo”. Entonces, me veo preparada en el futuro pero necesitaré las herramientas y el apoyo de, pues, si estoy en un medio, un medio, si estoy en una empresa, una empresa, lo que sea.

131 En muchos periódicos seguramente no haya recursos suficientes [...] va a depender del medio de comunicación en que yo trabaje

<b>Jornalismo</b>	5	2	71%
<b>Porto Alegre</b>	7	7	50%

Fonte: elaboração própria (2023).

Os estudantes de Jornalismo justificavam seu preparo com a discussão sobre o tema em disciplinas do curso e em atividades extracurriculares. Como disse J2:

– Sim, me sinto preparado, é um assunto que **foi tratado de forma recorrente na minha graduação**, tanto nas disciplinas do currículo quanto em atividades extracurriculares, né, se fala muito no *fact checking*. né. Inclusive eu participei de **oficinas** [em] que a gente pôde aprender sobre como funciona esse método de verificação das informações, a **lei de acesso à informação**, enfim, em todo esse contexto aí que é recente, mas que eu sinto que já tem sido muito discutido na Universidade.

J3 destacou atividades extracurriculares promovidas pela faculdade:

– Eu lembro que no primeiro semestre a gente teve **oficina** de combate a *fake news* [...] a gente teve muita coisa de *fact-checking*, a gente teve **palestras** no primeiro, eu lembro de palestras no primeiro e segundo semestre sobre isso, a gente teve oficina sobre isso, a UFRGS promoveu **workshop** sobre isso...

Os estudantes de Biblioteconomia, por sua vez, reconheceram a importância dos conhecimentos adquiridos durante a graduação, mas no geral julgam que ele não é o bastante para lidar com o fenômeno: “como bibliotecário a gente tem um benefício, né, a gente é instruído para informar, mas eu não acredito que só a formação básica de bibliotecário [seja suficiente]” (B8).

É interessante notar que a atividade jornalística (expressão “jornalis\*”) foi citada nas entrevistas de metade dos estudantes de Biblioteconomia (4 de 8), enquanto a atividade bibliotecária (expressão “bibliotec\*”) não foi mencionada por nenhum estudante de Jornalismo. B3 inclusive mencionou que “quem tomou essa frente [de lidar com a desinformação] na sociedade foram os jornalistas, né? O pessoal da mídia, o pessoal que confere os fatos, as notícias”. E se mostrou pessimista em relação a atitude dos seus colegas de profissão: “Às vezes o bibliotecário não consegue conversar nem com o usuário, não quer nem conversar com o usuário, não tem nem paciência pra atender o usuário, vai ter paciência pra lidar com isso?”. Este pessimismo, se podemos chamar assim, foi compartilhado pela

maioria dos colegas de B3: na nossa categorização, 29% dos estudantes de Biblioteconomia se disseram sentirem preparados para lidar com a desinformação, em comparação com 71% dos estudantes de Jornalismo, 75% dos de GICD e 50% dos de Periodismo.

Considerando nosso objetivo b), percebemos, sim, uma diferença significativa entre os cursos em relação à percepção sobre a desinformação, principalmente em Porto Alegre. A discrepância entre os estudantes de Biblioteconomia (29%) que se disseram preparados para lidar com a desinformação e os de jornalismo (71%) é bastante destacada. Pelo que notamos nas falas trazidas acima, isso pode ter a ver com atividades curriculares ou extracurriculares proporcionadas aos estudantes de jornalismo sobre *fact checking* e *fake news*, enquanto os estudantes de Biblioteconomia parecem ver sua atuação mais limitada ao âmbito local do seu ambiente de trabalho.

Em Getafe, o curso da área da Informação teve mais respondentes confiantes em relação a seu preparo para lidar com a desinformação. Lá, a metade dos estudantes de Periodismo tiveram suas respostas classificadas afirmativamente, contra 6 dos 8 estudantes de GICD.

**Tabela 12** – Pergunta 4: ¿Te sientes preparado para hacer frente a la desinformación?

Recorte dos respondentes	Positivas	Negativas	% positivo
GICD - Gest. de la Info. y Cont. Digitales	6	2	75 %
Periodismo (y Humanidades)	4	4	50 %
Getafe	10	6	63 %

Fonte: elaboração própria (2023)

Esta inversão de áreas é curiosa, e pode ter relação com o fato de o curso de GICD ser recente (2017), tendo surgido e sido organizado em um contexto de mídias digitais, enquanto o curso de Biblioteconomia tem uma longa tradição ligada à instituição da biblioteca. Os 75% de respostas positivas de GICD o coloca em primeiro lugar dentre os quatro cursos. Interessante pontuar que as respostas obtidas em Getafe muitas vezes mencionavam uma dependência do seu local de trabalho e dos meios e ferramentas disponibilizados pelo seu empregador para definir se estariam ou não preparados para o desafio.

O categoria que mais mostrou disparidade na nossa classificação baseada nas respostas à pergunta 4 foi a de gênero, como mostra a Tabela 13.

**Tabela 13** – Pergunta 4 - Te sientes preparado para lidar com a (hacer frente a la) desinformación?

<b>Gênero</b>	<b>Positivas</b>	<b>Negativas</b>	<b>% positivo</b>
<b>Masculino</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>91 %</b>
<b>Feminino</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>33 %</b>

Fonte: elaboração própria (2023).

Chamou bastante atenção que a quase totalidade das pessoas identificadas com o gênero masculino (91%) teve suas respostas à pergunta 4 mais inclinadas ao positivo. Geralmente as respostas são relativas, ponderando alguns fatores, mas fizemos a classificação em mais pendente a sim ou a não quando possível. As duas exceções, que não achamos viável classificar, eram homens, mas mesmo que eles tivessem dito que não se sentem preparados, o índice masculino chegaria a 77%, ainda muito mais alto do que o feminino, de 33%. A discrepância de gênero foi a maior entre todos os fatores levantados: curso, área, raça, nacionalidade de origem, por isso resolvemos destacá-la. Trabalhos futuros envolvendo gênero e abordagens à desinformação podem trazer contribuições interessantes neste ponto. A análise isolada deste número, estatisticamente pouco representativo (apenas 32 entrevistas), sugere que a ligação das masculinidades na cultura ocidental com expectativas de desempenho e efetividade exerce uma influência sobre o “sentir-se preparado” para enfrentar a desinformação (ou, pelo menos, sobre a declaração de sentir-se).

As respostas às perguntas sobre raça (em Porto Alegre) e nacionalidade de origem sua ou dos seus pais (em Getafe) não apresentaram correlação com o sentir-se preparado para lidar com a desinformação ou não, como mostra a tabela 14.

**Tabela 14** – Pergunta 4 - Te sentes preparado para lidar com a (hacer frente a la) desinformação?

<b>Raça ou nacionalidade</b>	<b>Positivas</b>	<b>Negativas</b>	<b>% positivo</b>
<b>Branco(s)</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>50 %</b>
<b>Negros/pardos</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>50 %</b>
<b>Espanhóis</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>62 %</b>
<b>(Filhos de) estrangeiro(s)</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>67 %</b>

Fonte: elaboração própria (2023).

Algumas respostas que focaram mais no preparo para lidar pessoalmente, na vida particular com o assunto, também trouxeram a importância do ambiente, do contexto e das pessoas com quem nos relacionamos. Como G4 (resposta 4), que disse que “é um pouco

complexo, porque se te chega informação de uma pessoa em quem confias, claro, vais a acreditar mais” e “depende um pouco do teu círculo [de relações]”<sup>132</sup>. G5 (resposta 4) disse que se sente “capaz de lidar com a desinformação, mas só para mim, não para as outras pessoas”<sup>133</sup>, e trouxe também a necessidade de uma ação mais geral para dar conta de lidar com esses desafios em relação a outras pessoas. Para enfrentar a desinformação “a nível global”, seria necessário dispôr de “uma série de recursos” e de “um poder” de que ele disse não dispôr agora<sup>134</sup>.

Na mesma linha da necessidade de uma ação mais global e ampla, não apenas dos profissionais ou cidadãos individualmente, P5H disse que acredita que “passa por uma mudança estrutural. E isso não se pode fazer de maneira individual” (resposta 4, tradução nossa)<sup>135</sup>. P8 também vê o problema como “massificado, normalizado”, por isso sair dele “custaria muito”<sup>136</sup>: “uma única pessoa não acredito que vá poder lidar com ele”<sup>137</sup>.

A resposta 4 de P2H também traz o argumento de que o problema é muito grande e dependente de muitos fatores para que ela, individualmente, possa fazer algo:

– Não me vejo preparado porque acho que há uma estrutura tão grande, digamos, sistemática e global, na qual a desinformação está tão **arraigada** que eu digo: o que vou fazer, se algum dia conseguir um emprego como jornalista, que infelizmente tende a ser precário, etc.? O que posso fazer, o que me resta fazer, para acabar com isso, que é um problema tão grande, tão enraizado que depende de tantos fatores, tantos silos negros por trás, etc., como eu, que não sou nada, por assim dizer, vou conseguir lidar com um problema tão grande [...]?

Parece-me que esse é um problema, como eu estava dizendo, já **sistemático**, porque não é algo concreto, que você encontra em um determinado ambiente, ou em uma determinada cidade. Em outras palavras, na minha opinião, é algo que, **neste momento, permeia praticamente**

132 es un poco complejo sí, porque si te viene información de una persona en la que tú confías, pues te lo vas a creer más [...] depende un poco de tu círculo también

133 yo sí me siento capaz de hacer frente a la desinformación, pero sólo para mí, no para otras personas.

134 Porque creo que para hacer frente a la desinformación, con respecto a otras personas, es decir a nivel global, hacen falta una serie de recursos, una serie de recursos y una serie de... bueno, un poder, que yo ahora mismo no dispongo

135 Yo creo que pasa por un cambio estructural. Y eso no se puede hacer de manera individual.

136 No, porque me parece que la desinformación es algo que ya está masificado, que está normalizado, y salir de ella costaría mucho

137 una única persona no creo que vaya a poder hacer frente a ello

**toda a profissão** de jornalista.<sup>138</sup>

Esta visão sobre o problema como um fenômeno “enquistado”, com uma “estrutura tão grande” e “global” sugere soluções além do alcance da atuação profissional (jornalística, no caso). Soluções que precisam, talvez, do apoio de elites (como comentado no final do subcapítulo [6.3.4 Desigualdade à brasileira](#)) para ir à raiz do problema (discutido em [6.4 A raiz do problema](#)). De qualquer maneira, algo que exige, além do preparo na interação pessoal e profissional com a informação, um preparo crítico e uma atuação política.

### 6.2.2 O que é desinformação?

As terceiras perguntas dos roteiros de entrevistas eram sobre a definição de desinformação. Além de perguntar o que é, para o entrevistado, desinformação, complementávamos a pergunta com “ou o que vem à tua mente quando pensas em ‘desinformação?’”. A partir das respostas, categorizamos expressões e palavras que foram usadas para definir ou associar com a desinformação, conforme a tabela 15. Nela, foram elencadas os números de respostas à pergunta 3 que incluíam as expressões. Elas foram reunidas em algumas categorias, quando as expressões pareciam sinônimas ou utilizadas em sentidos parecidos. Esta avaliação, claro, engloba imprecisões e subjetividades. Mas entendemos que a categorização auxilia a verificar quais significantes e temas são utilizados com mais frequência, inclusive fazendo recortes por cursos, áreas e países.

**Tabela 15** – Com que palavras os respondentes definem desinformação, ou quais palavras vêm à sua mente quando pensam em desinformação (baseado na resposta 3)

Expressão	GICD	Perio d	Soma ES	Biblio	Jorn.	Soma BR	Soma Info	Soma Com	Total
Informação falsa, inverídica, no es verídica, no es información real, informação errada, inverdade, falsidade, mentira, no es verdadera	3	3	6	4	3	7	7	6	13
No estar informado, ignorancia, falta de informação, falta de conhecimento, falta de dados, lectores/consumidores/ciudadanos que no leen, falta de cultura	2	3	5	1	2	3	3	5	8

138 No me veo preparada porque creo que hay como una estructura tan grande, digamos, sistemáticamente y global, en la que la desinformación está tan enquistada que digo, qué voy a hacer yo, si alguna vez consiga el trabajo de periodista, que lamentablemente suelen ser postos precarios, etc. Qué puedo hacer yo, qué me van a dejar a hacer a mí, para acabar con esto, que es como un problema tan grande, tan instalado que depende de tantos factores, de tantos silos negros por detrás, etc, como yo, que no soy nada, por así decirlo, voy a poder a hacer frente a este problema tan grande [...] a mí parece que eso es un problema, como te decía, ya sistemático, porque no es algo concreto, que encuentres en un determinado medio, o una determinada ciudad. O sea, a mi entender, es algo que, ahora mismo, impregna, prácticamente, toda la profesión del periodismo.

Expressão	GICD	Perio d	Soma ES	Biblio	Jorn.	Soma BR	Soma Info	Soma Com	Total
Notícias falsas, fake news,	1	3	4		3	3	1	6	7
Redes sociais, whatsapp, twitter, redes sociales, tiktok, plataformas,	4		4	1	2	3	5	2	7
No quiero saber, no quiero pensar, no querer estar informado, falta de vontade, preguiça, pereza, questão de escolha, falta de interés, desinterés, no preocuparte con la situación actual de tu país/comunidad/mundo	2	3	5	1	1	2	3	4	7
Intereses personales, conflito de interesses, interesses econômicos, intenções, algum tipo de interesse	2		2	1	3	4	3	3	6
Información incompleta, descontexto, falta de contexto, contexto, informação no lugar errado/deslocada		1	1	3	1	4	3	2	5
montados e editados para causar dano, monta um fato, manipulación, distorcer, bulos	1	1	2	2	1	3	3	2	5
internet	1		1	2	1	3	3	1	4
Gente que no le interesa que la población sepa, ocultar, omissão		2	2		1	1	0	3	3
Fontes equivocadas, fonte, fonte digna de confiança, fonte fidedigna			0	3		3	3	0	3
Contexto político	1		1		2	2	1	2	3
No contrastada	1	2	3			0	1	2	3
Falta de rigor, falta de apuração	1		1		1	1	1	1	2
No aposta, não intencional		1	1	1		1	1	1	2
Personas mayores, idosos		1	1	1		1	1	1	2
Falta de acesso			0	2		2	2	0	2
Educação precária, falta de educação			0	1	1	2	1	1	2
Superficialidade, conceitos simplistas			0		2	2	0	2	2
Propaganda, campanhas	1		1		1	1	1	1	2
Excesso de informação, infoxicación,	1		1			0	1	0	1
Racismo	1		1			0	1	0	1
desactualización		1	1			0	0	1	1
No filtrar, no priorizar, no clasificar		1	1			0	0	1	1
Clickbait, para ganhar cliques			0	1		1	1	0	1
Não foi checada			0	1		1	1	0	1
Crianças			0	1		1	1	0	1
Jovens			0	1		1	1	0	1
Falta de recursos financeiros e de tempo			0		1	1	0	1	1
não estar enquadrado naquele viés específico de como os fatos foram narrados			0		1	1	0	1	1
Prensa digital	1		1			0	1	0	1
Algoritmos	1		1			0	1	0	1
Actitud pasiva		1	1			0	0	1	1
No tiene utilidad, se camufla de información		1	1			0	0	1	1

Expressão	GICD	Perio d	Soma ES	Biblio	Jorna l	Soma BR	Soma Info	Soma Com	Total
-----------	------	------------	------------	--------	------------	------------	--------------	-------------	-------

Dentre as cinco categorias de expressões mais citadas (incluindo as que consideramos sinônimas), duas são definições do que é desinformação:

- Informação falsa, *inverídica, no es verídica, no es información real*, informação errada, inverdade, falsidade, mentira, *no es verdadera* (13 ocorrências)
- Notícias falsas, *fake news* (7 ocorrências)

Outras duas são atitudes ou situações:

- *No estar informado, ignorancia*, falta de informação, falta de conhecimento, falta de dados, *lectores/consumidores/ciudadanos que no leen, falta de cultura* (8 ocorrências)
- *No quiero saber, no quiero pensar, no querer estar informado*, falta de vontade, preguiça, *pereza*, questão de escolha, *falta de interés, desinterés, no preocuparte con la situación actual de tu país/comunidad/mundo* (7 ocorrências)

E outra são mídias ou locais onde desinformações seriam tipicamente veiculadas: redes sociais, whatsapp, twitter, redes sociales, tiktok, plataformas (7 ocorrências).

Além destas categorias, diversas palavras e expressões utilizadas para responder essa pergunta sobre definição (ou “palavras que vêm à sua mente quando pensa em desinformação”) dizem respeito a motivações para criar ou difundir desinformação. Estas, como “interesses pessoais”, interesses econômicos”, “intenções”, “distorcer” se relacionam com a noção de *disinformation*, a desinformação propositalmente criada e veiculada.

A quinta categoria de expressões, sobre atitudes, chamou a atenção: mostra um descaso, uma falta de ação ou de interesse em estar “verdadeiramente” informado. O que faz do cidadão uma pessoa “desinformada”, num sentido corrente da palavra, como alguém a quem falte informação.

No quadro 8, destacamos algumas respostas, em diversas perguntas, que fazem menção à preguiça como uma causadora de desinformação, numa atribuição de responsabilidade aos indivíduos, por omitirem-se. Uma atribuição que não consideramos adequada, como trataremos no subcapítulo 6.4.1 A raiz do problema: “depende de cada um”?.

#### Quadro 8 – Menções à preguiça como um motivador da desinformação

B7, resposta à pergunta 3

– É, me vem agora falta de vontade, mas não sei se seria a palavra mais correta, mas no meu entendimento, assim, algumas pessoas elas têm condições de se informar corretamente dos assuntos, mas parece que elas não têm muita vontade, **preguiça...** não sei.

G4, resposta à pergunta 3

– Porque **tenemos pereza al leer** mucho. Entonces, pues te vas al primer minuto y te quedas con esa información y luego la vas difundiendo.

J4, resposta à pergunta 1 (comenta da preguiça do jornalista)

– Do Jornalismo eu acho que... com o acesso fácil, a internet, questões de imediatismo também, **a gente ficou um pouco preguiçoso** né, pra tentar ler, tentar se inteirar e saber o contexto das notícias que aparecem. Ler só uma manchete é o que basta e isso tudo é muito mais fácil de divulgar coisas que não são verdades, né, fake news. E principalmente viralizaram em um sistema que tu não tem controle, como o WhatsApp ou agora o TikTok

J4, resposta à pergunta 5:

– Mas ainda assim as pessoas tem muita **preguiça** de ler, porque precisam daquilo muito mastigado, muito imediato, assim “não falou em quinze segundos, eu não vejo mais”

A palavra *infoxicación* apareceu na fala de 3 entrevistados na Espanha (G3, G5 e P5H). Criada em 1996 (INFOXICAÇÃO, 2020), é definida como “um neologismo que se refere, principalmente no ambiente digital, à sobrecarga de informação e seus efeitos negativos” (REYERO; MARTÍN, 2021, p. 104, tradução nossa<sup>139</sup>).

Essa sobrecarga apareceu também em falas em Porto Alegre: J3 (resposta 1) disse que “o assunto que a gente mais debate desde o início do curso é o combate a *fake news* e o excesso de informações”.

Com o excesso de informação, vem a dificuldade de selecionar o que é válido: mais do que o que é relevante, hoje em dia, é importante encontrar o que é verdadeiro, conforme a virada veritística descrita em Araújo (2021a) e comentada no subcapítulo [4.3 Competência Crítica em Informação](#). G5, ao comentar os desafios da área hoje em dia, mencionou ambos fatores: relevância e veracidade.

G5, resposta 1 (grifo nosso):

– Sim, de alguma forma encontrar a maneira de gerar esses filtros que permitam, sem limitar a liberdade de expressão que nos dão as redes sociais e as mídias atuais, filtrar aquelas opiniões ou aqueles conhecimentos que realmente **sejam relevantes**, que **sejam verídicos**, e que

<sup>139</sup> un neologismo que se refiere, en un entorno preferentemente digital, a la sobrecarga de información y sus efectos negativos

estejam em linha com a realidade.<sup>140</sup>

O desafio do profissional da Informação, para G5, é filtrar o conteúdo relevante e verídico, separá-lo do conteúdo que não interessa para determinado público, e do conteúdo que não é verdadeiro, confiável. É uma definição interessante do que pode ser a mediação ou curadoria da informação característica aos profissionais dessas áreas.

Outros entrevistados, principalmente em Getafe, vincularam o excesso de informação à desinformação. P8, na resposta 5, argumentou que “a grande quantidade de informação não é igual à verdadeira informação, mas à desinformação”<sup>141</sup>. A interessante resposta de P5H à pergunta 2 vai na mesma direção: “eu vinculo a desinformação ao excesso não de informação, mas de conteúdo”<sup>142</sup>. Adotando o entendimento da estudante, poderíamos cunhar, em substituição a “infoxicação”, a palavra “contoxicação”.

As motivações para produzir ou difundir desinformação foram mencionadas diversas vezes nas respostas à terceira pergunta: “interesses pessoais”, “interesses econômicos”, “intenções”, “para causar dano”, “para ganhar cliques”, “propaganda”.

J3, por exemplo, denuncia o conflito de interesses que muitas vezes faz a cobertura jornalística ter vieses, por motivos econômicos. No seu comentário, fala da prática de proteger a imagem de um anunciante, ou seja, evitar perder uma fonte de receita da empresa jornalística. Pode-se argumentar que este tipo de conflito remete, também, a era anterior às redes sociais, não sendo algo típico da última década – que viu a popularização de expressões como *fake news*.

J3, resposta 3:

– A desinformação ela talvez seja algo enraizado por interesses econômicos há muito tempo, por exemplo, determinado veículo tem patrocínio ou coisa com tal marca, não fala sobre coisa dessa marca ou omite coisas negativas essa marca, eu acredito que isso seja desinformação também.

Respostas a outras perguntas também trouxeram a expressão “interesses” neste sentido, de algo não explícito que motiva uma mensagem inverídica. P5H, na sua resposta 1

---

140 De alguna una forma encontrar la manera de generar esos filtros que permitan, sin limitar la libertad de expresión que nos dan las redes sociales, y, los medios actuales, filtrar aquellas opiniones o aquellos conocimientos que realmente sean relevantes, que sean verídicos, y que sean acordes a la realidad.

141 la gran cantidad de información no es igual a la verdadera información sino a desinformación

142 la desinformación la ligo mucho al exceso no de información, sino de contenido

(grifo nosso), comentou algo relacionado com o que J3 disse: “acho que há muitos interesses que não são inocentes por trás da comunicação hoje em dia”<sup>143</sup>.

Já J2 trouxe a mesma crítica aos interesses ocultos por trás de mensagens, mas focando nas novas mídias: WhatsApp e Facebook. Ele inclusive destaca a mudança das últimas décadas como algo que se apresenta como um desafio especialmente a pessoas que tiveram contato recente com as tecnologias.

J2, resposta 9, grifos nossos:

– Por exemplo, no ambiente familiar né, eu vejo que a tecnologia ela evoluiu muito de uma geração para outra, se tu for pensar 20 e 30 anos atrás era um mundo completamente diferente, né? Então a gente convive com a diversidade de pessoas que não têm a mesma formação nesse sentido. Então o que para a gente às vezes é óbvio pra outras pessoas não é, né? Então sim, é uma conversa muito importante de esclarecer como funciona essa troca de informações hoje em dia, quem são esses atores, quem são **as pessoas interessadas por trás né de um WhatsApp da vida** né, de um **Facebook**.

A diferença geracional pode acarretar diferentes compreensões sobre o funcionamento de mídias. O conteúdo jornalístico ou cultural veiculado há “20 e 30 anos atrás” era intercalado com propaganda e o interesse privado da empresa jornalística poderia ser visualizado pelo telespectador, que assim entenderia o modelo de financiamento envolvido. O modelo de negócio de um mensageiro grátis, sem propaganda, é mais misterioso, inclusive por ser recente. Mas alguém mais jovem, segundo J2, tende a estar mais ciente de que há interesses por trás de conteúdos que circulam com ares de naturalidade cotidiana, amadora, ou com ares de seriedade jornalística, emulando a autoridade técnica dos sistemas peritos (ARAÚJO, 2021b).

P5H destacou a importância das disciplinas de Humanidades, que recebem muitas vezes um olhar preconceituoso como algo antigo e desimportante, para pensar sobre o que há por trás de mensagens nas redes sociais.

P5H, resposta 6:

– Fazendo uma graduação dupla, tenho disciplinas que têm a ver mais com as Humanidades, que sempre nos tacha de... bom, os antigos, os clássicos, com coisas que não importam e, pelo contrário: tivemos Filosofia Moral, por exemplo, e debatemos muito principalmente [o filme]

<sup>143</sup> Creo que hay muchos intereses que no son inocentes detrás de la comunicación hoy en día que... bueno, al final, yo creo que las empresas ahora mismo sí que dominan mucho la comunicación

O Dilema das Redes. <sup>144</sup>
------------------------------------

O filme debatido nas aulas de Humanidades “analisa o papel das redes sociais e os danos que elas causam à sociedade” (THE SOCIAL DILEMMA, 2021), argumentando e dramatizando alguns dos interesses por trás do conteúdo que circula nessas plataformas.

Analisando o explícito e o implícito nos discursos dos entrevistados, podemos verificar que existe uma atribuição negativa de agência às pessoas que propagam ou não interrompem o ciclo de difusão de desinformação. Por um lado, o fatalismo das pessoas “ignorantes”, que “não estão informadas”, a quem “falta conhecimento”, segunda categoria mais presente na classificação gerada a partir das respostas à pergunta 3 (Tabela 15). Por outro, uma “preguiça” de “não querer saber”, por “escolha” ou falta de “interesse”, terceira categoria mais presente (empatada com outras duas). Estas atribuições de características negativas baseadas numa falta de informação (por falta de oportunidade, de acesso?) ou numa falta de esforço ou interesse como causas para a proliferação de desinformação apareceram mais nas respostas em Getafe (na proporção de 5 para 3 na falta de informação e na de 5 para 2 na da falta de vontade ou preguiça). Pode ser que isso esteja relacionado com a menor média de idade dos estudantes de Getafe (21,25 *versus* 28,56 em Porto Alegre), com uma tendência de pessoas mais jovens de se perceberem como mais entendedoras dos mecanismos de funcionamento das novas mídias e considerarem, portanto, que a desinformação não é identificada ou freada por ignorância ou falta de interesse. Estas falas também denotam uma atribuição de responsabilidade aos consumidores pela desinformação, tanto no caso da ignorância, da falta de cultura, conhecimento ou dados, mas mais ainda no caso da preguiça, falta de vontade ou interesse: aí o discurso sugere que as pessoas estariam falhando moralmente.

Uma categoria que parece responsabilizar os produtores de informação é a que relaciona desinformação com “falta de contexto”, “información incompleta” ou descontextualizada. Quatro estudantes em Porto Alegre mencionaram essas expressões, e apenas um em Getafe. Os interesses pessoais, econômicos, os conflitos de interesse como algo por trás da desinformação apareceu também mais nas falas de brasileiros: quatro, frente a dois entrevistados na Espanha. Isso nos permite concluir que os entrevistados em Porto Alegre relacionaram mais a desinformação com os produtores ou os meios, na classificação que

---

144 Haciendo un doble grado tengo asignaturas que tienen que ver más con las humanidades, que siempre pues nos tacha de... pues, los antiguos, los clásicos, ya no importa nada y, al contrario: nosotros hemos tenido filosofía moral, por ejemplo, y hemos debatido mucho sobretodo [la película] “El dilema de las redes”.

propusemos no Quadro 1.

Na comparação entre os cursos das diferentes áreas, destaca-se a expressão notícias falsas ou *fake news*, referida por seis estudantes de Comunicação e por apenas um de GICD. Por outro lado, redes sociais, plataformas e nomes de redes sociais apareceram em cinco entrevistas de estudantes de Informação e apenas em duas dos de Comunicação.

Os elementos que foram vinculados com a desinformação pelos entrevistados variaram entre os cursos e entre as cidades, como exposto. Algumas tendências gerais foram o foco no consumidor (receptor da informação) e na atuação do profissional individualmente, mais presentes em Getafe; e o foco no produtor e em atuações coletivas ou institucionais (como no consórcio de veículos de imprensa no caso da Covid19), que apareceram mais em Porto Alegre.

Na seção a seguir, discutimos o que os entrevistados trouxeram como propostas de ação e instituições ou pessoas responsáveis para lidar com a desinformação.

### 6.3 O que fazer? Quem? Como?

Utilizamos as respostas à pergunta 5 para fazer uma categorização entre quais os agentes ou esferas da sociedade que seriam mais adequados, na visão dos respondentes, para “fazer algo em relação à desinformação”.

Esta classificação é pela maior inclinação das respostas: ao Estado e instituições públicas (como escolas, o governo, meios de comunicação oficial), as empresas midiáticas (especialmente as de mídias sociais), os profissionais (incluindo grupos de profissionais independentes ou ONGs, incluindo profissionais das áreas da Comunicação, da Informação e da Educação, como professores), ou os cidadãos individualmente, enquanto consumidores ou como familiares responsáveis por crianças e adolescentes.

Algumas respostas não penderam mais para nenhuma das categorias. Na hora de fazer a pergunta a G1, a primeira entrevista realizada na Espanha, por lapso do entrevistador não foi feita a parte da pergunta que dizia “¿Quién debería hacerlo?” A resposta focou em ações individuais para verificar a confiabilidade da informação, não mencionando elementos que permitam a classificação aqui proposta.

O entrevistado G3 disse não saber quem deveria ser responsabilizado, chegando a mencionar governo e empresas, mas repetindo que não saberia opinar<sup>145</sup>.

Entendemos que J6 não se enquadrou em nenhuma das categorias previstas.

---

145 “no sé si fue una parte del gobierno, o una parte de algunas empresas que, pero, no lo sé quién debería hacerse responsable de eso porque no... bueno, es que no lo sé, básicamente.”

J6, resposta 5:

Eu acho que **a gente pode pensar em um cenário que é meio até utópico, que é as elites sociais, econômicas, políticas, mudarem suas atitudes, mudarem sua forma de enxergar, de perceber e de agir no mundo...** e aí a gente teria talvez um resultado muito eficaz. Caso contrário, eu penso que é um **trabalho de formiguinha**, né? É um trabalho de formiguinha onde o **Jornalismo** tem que fazer a sua parte e os outros atores têm que estar minimamente dispostos a colaborar e aí, claro, a gente não atingiria um avanço na velocidade que seria o ideal, né, que seria esse meio utópico. Mas eu acho que é possível melhorar a situação e evitar que ela siga piorando, que é o que tá acontecendo agora, me parece que é o que tá acontecendo agora, eu acho que a gente tá... tem muita gente que acredita que a gente tá evoluindo, mas eu acho que a gente ainda tá descendo um pouco pra depois talvez dar uma subida.

Também não foi possível enquadrar G7, porque dá importância similar a três das categorias:

G7, resposta 5:

– Sim, resumindo, desculpa é que... os 4 grupos seriam: **a população em geral, as redes sociais**, os próprios funcionários das redes sociais, **os políticos** e **os juristas**, que estabelecem um marco legal, que, bom, andam junto com os políticos.<sup>146</sup>

Foi interessante na longa resposta de G7 que ele mencionou as redes sociais, os políticos, os juristas, a população em geral, mas não citou os profissionais da Informação nem da Comunicação. O estudante não insere os profissionais da área como agentes que deveriam fazer algo em relação à desinformação, o que torna sua resposta curiosa: enquanto engloba as três categorias de agência principal (cidadãos, empresas, Estado), traz soluções gerais, menos pontuais e, no nosso entendimento, com maior chance de resultados estruturalmente efetivos. Também fica evidente que defende uma atuação de entidades públicas, já que menciona juristas e políticos e a expressão “marco legal”.

Não classificamos P3, que mencionou as pessoas individualmente, os meios de comunicação e “os mais altos cargos, bem, eu poderia te dizer o governo”<sup>147</sup>, sem enfatizar nenhuma dessas partes. Também havia dito, no começo da resposta, que “é certo que algo

<sup>146</sup> “Ya, en resúmen, perdón es que... los 4 grupos serían: la población en general, las redes sociales, los propios miembros que trabajan para redes sociales, los políticos y los juristas que establecen un marco legal que, bueno, van de la mano con los políticos.”

<sup>147</sup> “los cargos más altos, pues, te podría decir el gobierno”

pode ser feito, ou tem que poder ser feito, mas eu mesma não saberia dizer o quê”<sup>148</sup>.

As respostas a esta pergunta foram bastante emblemáticas também pelos seguintes motivos:

- a) na primeira frase da resposta, 7 pessoas disseram que a pergunta era “muito complexa”, “mais complicada”, “acho que é difícil dizer”, “es un poco complejo”, “esta pregunta es muy complicada”, “es una pregunta complicada”. A impressão foi compartilhada na primeira frase por pessoas de todos os cursos: duas de Biblioteconomia, de Jornalismo e de GICD, e uma de *Periodismo y Humanidades* (entrevistados B4, B8, J3, J8, G4, G5, P6H). J2 começou com “É uma boa pergunta [risos]”;
- b) as respostas para a pergunta 5 foram as mais compridas de 12 dos 36 respondentes (4 de Biblioteconomia, 3 de jornalismo, 1 de GICD, 4 de *Periodismo (y Humanidades)*);
- c) no comprimento médio das respostas por país e por curso, a pergunta 5 apresentou o maior número de palavras, tanto no Brasil (média de 359 palavras) como na Espanha (média de 304 palavras); e em todos os cursos: em Biblioteconomia (364), Jornalismo (354), GICD (247), *Periodismo* (361).

A Tabela 16 foi inspirada no Quadro 1, presente na seção 3.3 Enganação mediada por computador.

**Tabela 16** – classificação dos agentes principais para fazer algo em relação à desinformação, baseada na resposta de 27 respondentes à pergunta 5

Foco da atuação	Agência ou iniciativa principal (geralmente as pessoas citam mais de uma)			
	Estado, pública	Empresas (plataformas)	(Grupos independentes de) Profissionais (da Comunicação, da Informação, da Educação)	Cidadãos (consumidores), famílias
Biblioteconomia	3		2	3
Jornalismo	2	2	3	
Porto Alegre	5	2	5	3
Gestión de la Información y Contenidos Digitales	1		2	2

148 “está claro que algo se va a poder hacer, o se tiene que poder hacer, pero yo mismo no sabría decirte el qué”

<b>Periodismo</b>	2		5	
<b>Getafe</b>	3		7	2
<b>Informação</b>	4		4	5
<b>Comunicação</b>	4	2	8	
<b>Total</b>	8	2	12	5

Fonte: dados da pesquisa (2023).

A Tabela 16 foi criada a partir do confronto entre o que previu o Quadro 1, no subcapítulo 3.3 Enganação mediada por computador, e o que foi encontrado nas entrevistas. Como dissemos no capítulo sobre o percurso metodológico, o campo trouxe surpresas enriquecedoras. As contribuições dos entrevistados tornaram necessária a adição de uma coluna chamada “Profissionais” que, inclusive, foi a que mais teve respostas enquadradas: foi a mais recorrente entre os entrevistados de jornalismo (43%<sup>149</sup>), de periodismo (71%), de Comunicação (57%) e no total (44%).

Interessante notar que os cursos de jornalismo (no Brasil e na Espanha) priorizaram a atuação profissional, principalmente jornalística, mencionando cuidados na atuação profissional. Parece haver uma percepção de protagonismo da profissão, com a força da visibilidade e do poder de investigação. Mas para isso é preciso uma atuação criteriosa, que não fique subjugada por pressões por prazo e produtividade. P7H, por exemplo, disse que deve ser priorizada a qualidade em vez da velocidade:

P7H, resposta 5:

– Acho que devemos dar mais importância à informação em si, pelo que **devemos ter o objetivo de informar bem a população e não tanto a exclusividade**, o ser o primeiro, ser o melhor. Vais ser o melhor se dás o contexto e explicas bem a informação, e não dá uma notícia

<sup>149</sup> Os percentuais consideram apenas as respostas que entendemos possíveis de classificar: no caso, 3 estudantes de Jornalismo priorizaram “profissionais” nas suas respostas, dentre 7 estudantes cujas respostas classificamos. Dos 8 entrevistados de Jornalismo no total, não classificamos a resposta de J6, como justificado anteriormente.

com dois parágrafos, mas uma notícia boa, completa.<sup>150</sup>

Mas também foram mencionados outros profissionais, como influenciadores, *podcasters*, pessoas “com muita audiência” (P8), educadores (J4). E grupos de profissionais, como “conglomerados de jornalismo investigativo [...] independentes” (J5). O entrevistado J7 mencionou a competência midiática (*media literacy*) como algo que deveria ser ensinado nas escolas:

J7, resposta 5 (grifos nossos):

– Eu acho que a melhor coisa seria a **conscientização das pessoas** através, por exemplo de  **cursos, na escola**, aprender, ter um *media training* que fala, né? Até tem um conceito, acho que é americano que é *media lettering* [sic, *media literacy*], não sei direito como que é, não me aprofundi nisso, mas seria tipo aprender a interpretar as mídias, uma coisa assim, aprender a interpretar diferentes tipos de mídia. [...]

Sempre pelo caminho da educação, [...] por exemplo, **trazer um jornalista pra dar uma palestra numa escola.**

Esta fala vai na mesma direção do que defendem diversas linhas teóricas relacionadas com a Competência em Informação (CoInfo) ou Midiática. Neste grupo estão as Competências Infocomunicacionais (InfoCom), que é tributária tanto da *new media literacy* como da CoInfo, e a Competência Crítica em Informação (CCI), com sua potência buscadora de “ir às raízes” como uma resposta à CoInfo. Chama atenção também na fala de J7 o uso da palavra “conscientização”, cara à Pedagogia Crítica que alimenta tanto a CCI como as InfoCom. Embora não saibamos se foi usada deliberadamente com o sentido freiriano, este se encaixa perfeitamente: um “processo de criticização das relações consciência-mundo, é condição para a assunção do **comprometimento humano diante do contexto histórico-social**” (FREITAS, 2015, grifo nosso).

Dentre as respostas que priorizaram os cidadãos (consumidores) ou as famílias, chama a atenção que todas as cinco são de cursos da área da Informação (três de Biblioteconomia e duas de GICD). Também há um recorte de gênero neste item: quatro de cinco respondentes (80%) são mulheres. É o único item em que esta diferença de gênero destoou

150 Yo creo que se le debe dar más importancia a la información en sí, al que deben tener el objetivo de informar bien a la gente y no tanto la exclusividad, el ser el primero, el ser el mejor. Vas a ser el mejor si das un contexto y explicas bien la información y no son, y no da una noticia que sale en dos párrafos, sino que haya una noticia buena, completa. Creo que ese sería como lo mejor.

significativamente da proporção geral de entrevistadas (59%), como mostra a Tabela 17.

**Tabela 17** – classificação dos agentes principais para fazer algo em relação à desinformação, baseada na resposta de 27 respondentes à pergunta 5, segundo o gênero

Foco da atuação	Agência ou iniciativa principal (geralmente as pessoas citam mais de uma)			
	Estado, pública	Empresas (plataformas)	(Grupos independentes de) Profissionais (da Comunicação, da Informação, da Educação)	Cidadãos (consumidores), famílias
<b>Total</b>	8	2	12	5
<b>Masculino</b>	3	1	5	1
<b>Feminino</b>	5	1	7	4

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Os cursos de Comunicação priorizaram a atuação de profissionais da área (57%, contra 31% dos estudantes de Informação), enquanto os graduandos em Informação priorizaram a atuação do cidadão, do consumidor (38,5% contra 0% dos de Comunicação). Isso pode ter relação com a maior identificação dos estudantes de jornalismo com o combate às *fake news*, com o *fact checking* e as notícias de qualidade ocupando espaços midiáticos. Já os estudantes de Informação focarem na atuação do cidadão ou da família pode ter relação com a ênfase que os cursos de Informação dão ao processo de recuperação de informações, com a seleção de fontes, a avaliação da informação, algo também relacionado com o desenvolvimento de competência em informação.

No que diz respeito à ocupação de espaços midiáticos com informação de qualidade, dois respondentes na Espanha falaram da disputa por espaço de referência e credibilidade com perfis de “quaisquer” nas redes sociais:

P5H, resposta 5:

– acreditamos mais no que dizem no Twitter do que no que dizem na TV. Então não é mais uma coisa secundária, é uma coisa principal, as redes sociais, a internet, os meios digitais.<sup>151</sup>

P6H, resposta 5:

– Qualquer um poderia escrever algo no Twitter, publicar e dizer “isso é verdade, isso é

151 “nos creemos más lo que dicen en Twitter que lo que dicen en la tele. Entonces, ya no es una cosa secundaria. Es una cosa principal, las redes sociales, internet, los medios digitales.”

mentira”. Então para quê serve um jornalista? Um jornalista tem que, ahn, consultar suas fontes, tem que ter sua bagagem, tem que ter sua técnica de escrita, de verificação, de tudo, e é por isso que eu acho que é especialmente importante que seja o jornalista quem se encarregue de verificar.<sup>152</sup>

Esta disputa por espaço com uma pluralidade de vozes impõe aos profissionais da Comunicação e da Informação uma competição diferente da que existia antes das redes sociais digitais, que era uma competição mais restrita aos colegas de profissão, mais ou menos respeitante de sua deontologia. E as regras desta competição são também distintas e em grande parte difíceis, senão impossíveis, de desvendar. A predominância de programação proprietária (algoritmos fechados em “caixas-pretas”) nas plataformas comerciais de redes sociais e divulgação de conteúdo, ou seja, nas mídias sociais em geral, acarreta um desafio de buscar seguir regras que não se conhece claramente, e que podem mudar unilateralmente a qualquer momento. O próprio Twitter, mencionado nas falas de P5H e P6H reproduzidas acima, tem sofrido diversas alterações no seu funcionamento após seu controle acionário mudar de mãos, em 2022 (TWITTER UNDER..., 2023). As decisões empresariais muitas vezes repercutem em decisões codificadas nos algoritmos, que também são uma maneira de exercer influência e poder sobre a comunidade de usuários. Nas palavras de Schwarz,

O poder algorítmico funciona de maneira diferente [da maneira que funcionava o poder objeto dos estudos clássicos da Sociologia]. Ele funciona através de regras – algoritmos são regras, e neste sentido muito parecidos com o poder burocrático discutido por Weber – mas nós não precisamos conhecer essas regras para que elas sejam efetivas. (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa<sup>153</sup>).

Bruno (2018) comenta que o problema das caixas-pretas algorítmicas não é a mediação automatizada de atividades humanas, como o monitoramento e a gestão de uma grande cidade, tema do seu artigo. O problema é o modo pouco transparente e democrático como esta mediação vem sendo construída: “encapsulada nas caixas-pretas dos Estados ou corporações, torna-se extremamente difícil tanto a compreensão como a negociação dos

---

152 “Cualquiera podría escribir algo en Twitter, ponerlo y decir esto es verdad, esto es mentira. Entonces, ¿para qué sirve un periodista? Un periodista tiene que, hum, consultar a sus fuentes, tiene que tener su bagaje, tiene que tener su técnica también de escritura, de verificación, de todo, y por eso yo creo que es especialmente importante que sea el periodista aquel que se encarga de verificar”

153 “algorithmic power works differently. It works through rules – algorithms are rules, in this sense it’s very similar to the bureaucratic power discussed by Weber – but we don’t have to know these rules for them to be effective”

habitantes da cidade com tais mediadores.” (BRUNO *et al*, 2018, p. 242).

Não há como conhecer bem as razões pelas quais um influenciador digital específico obtém muito mais sucesso do que outros, ou do que jornalistas de renome. O capital social ganha, online, “uma forma materializada: seguidores”, que Schwarz chama de “capital social generalizado, porque se torna uma espécie de moeda geral, como o dinheiro, válida em diversos campos sociais”, sendo as plataformas digitais como “bancos do nosso capital social”, com poder de “confiscá-lo, regulá-lo e definir seu preço” (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa). Elas podem também cancelar uma conta, fazendo com que ela perca todo o capital social que coletou na plataforma, ou restringir o alcance das suas publicações, reduzindo o valor do capital social, de modo que

estar submetido a uma regulação central desta maneira significa que temos que pensar em como isso transforma as relações de poder, se o operador de uma plataforma é quem controla, eles são como bancos do nosso capital social, do nosso capital social generalizado. (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022, não paginado, tradução nossa<sup>154</sup>)

Sob estas regras e neste mercado os trabalhadores das áreas da Informação e Comunicação precisam competir, o que se impõe como um desafio a que muitos se mostraram atentos, embora tenhamos encontrado em campo menos criticidade do que o esperado. A entrevistada J4 ilustra bem a postura geral dos futuros jornalistas:

J4, resposta 10, grifos nossos:

– o jornalista que estava na televisão, que estava no rádio, que estava no jornal tem que competir com todas as outras redes sociais que tem. [...] Tem que contextualizar, eu tenho que **achar uma linguagem pra cada rede social**, que funcione, que as pessoas entendam, **quem é o público** daquela rede social X que eu tô atingindo. [...] Então eu acho que é isso, a gente vai ter que ir se adaptando muito, tentar aprender o máximo possível de como se comunicar em todos esses lugares e ir tocando.

Esta preocupação típica da área da Comunicação, de adequar linguagens e mensagem aos canais e aos públicos, é algo que a competência em comunicação aporta às competências infocomunicacionais. Este é um encontro entre a bibliografia e o campo que une entendimentos de o que é preciso para enfrentar a desinformação. A disputa por espaços de fala, de veiculação de informação de qualidade, pode tomar espaços que poderiam

154 “decide that they cancel your account, and you lose all the social capital that you collected there. Or they can decide that only 5% rather 10% of your followers will see each post that you publish, so it worth now 50% , it’s kind of devaluation. I think that being subject to central regulation in this form means we have to think how this transforms power relations, if a platform operator who control, they’re like the banks of our social capitals, of our generalized social capital”

eventualmente veicular desinformação.

### 6.3.1 “*La palabra censura suena muy fea, pero...*”

Dois dos entrevistados defenderam algum controle ou remoção de conteúdo usando a palavra censura. Ambos ressaltam não querer impôr um controle à liberdade jornalística, mas creem ser necessário controlar a desinformação e suas consequência danosas:

J3, resposta à pergunta 5

– [...] quando a gente fala de combate a fake news é bem comum a gente chegar no ponto de certo controle da informação, assim que daí pode falar um pouco de censura. **E censura é um termo complicado né, muita gente não gosta desse termo, assim, mas na minha opinião fake news deveria ser censurada. Eu acho que a gente deveria ter um órgão de controle, eu acho que faz sentido pra mim tu ter um órgão de controle porque seria um órgão ético, né?** É um órgão de funcionamento ético que poderia controlar aquilo que com certeza opera contra a verdade, que opera contra os princípios do Jornalismo.

Eu **vejo poucas soluções que podem acabar com a fake news como talvez a censura.** Mas de novo, tu ter um órgão que regulamente isso, tu abre margem para talvez algumas coisas bem complicadas assim, sabe? Como **a censura a gente sabe também pode ser algo terrível. É meio difícil ver jornalista defendendo a censura, mas...** enfim, é uma discussão que eu acho que é bem complexa e que ainda vai ter por bastante tempo antes de mudar alguma coisa.

P5H, resposta 5, tradução nossa<sup>155</sup>

– Isso nos dá muito debate porque, por um lado, é o que eu estava dizendo, que é difícil traçar a linha e saber um pouco... Porque, é claro, **a palavra censura soa muito feia, muito antidemocrática.** Mas acho que, sim, temos que ser muito mais rigorosos e coerentes com essas coisas e ver que, identificando isso como um problema na sociedade atual, mas não estou falando apenas de jornalistas, que temos que identificar isso, mas **os próprios governos devem ver que isso, no final, é um... é uma possível consequência negativa para a**

155 Eso nos da mucho debate porque por un lado es lo que te comentaba de que es difícil poner el límite y saber un poco... Porque, claro, la palabra censura suena muy fea, muy antidemocrático. Pero, creo que sí, que hay que ser mucho más rigurosos y consecuentes con estas cosas y ver que, identificarlo como un problema de la sociedad actual, pero ya no te digo sólo de los periodistas, que lo tengamos que identificar, sino los propios gobiernos deberían ver que esto, al final, es una... o sea, que es una posible consecuencia negativa para la población.

[...] O sea, creo que, al final, sí que en cierto modo y sonando muy extremista, hay que criminalizar este tipo de cosas, por lo que decíamos, las fake news, por ejemplo, no creo que aporten nada a una sociedad y muchas veces son muy perjudiciales.

**população.**

[...] Em outras palavras, eu acho que, no final das contas, sim, **de certa forma e soando muito extremista, esse tipo de coisa deveria ser criminalizado**, por causa do que estávamos dizendo, as *fake news*, por exemplo, eu não acho que elas contribuem em nada para a sociedade e muitas vezes são muito prejudiciais.

Essas propostas de ação mais firme contra a desinformação se baseiam na ideia de que o Estado deve atuar minimizando o problema e seus desdobramentos. Outra resposta que mencionou a regulamentação por parte dos governos foi a de P2H, à pergunta sobre quem deve fazer algo em relação à desinformação.

P2H, resposta 5:

– É claro que isso [a desinformação política nas redes sociais] não é um problema do trabalho ruim de um jornalista, isso é outra coisa. O que podemos fazer? Como jornalistas, não sei, realmente não sei, mas de nossa parte podemos tentar oferecer informações verdadeiras que também sejam dinâmicas para os jovens, e talvez **os governos**, não sei se algo poderia ser feito para **regular as redes sociais** nesse sentido.<sup>156</sup>

A atuação do Estado foi mencionada principalmente em defesas a melhorias educacionais. Menos frequentemente, foi mencionada a regulamentação, e raramente a punição aos responsáveis pela desinformação. J8 inclusive citou os itens nesta ordem em sua resposta à pergunta 8:

J8, pergunta 8:

– É, eu digo eu digo assim, Estado enquanto força que pede por exemplo, em agir em relação a **educação**, em relação a **regulamentação** de algumas coisas, de algumas categorias, de algumas profissões. O Estado que tem essa força, né, pra fazer, inclusive, **também pra punir se achar que é o caso**, pra **regulamentar** e organizar. Talvez até aí o Estado enquanto agente **legislativo**, o Estado não só no sentido do Poder **Executivo**, o Estado no sentido mais amplo.

A regulamentação e o controle, por parte de entidades com finalidade pública (um “órgão ético”, nas palavras de J3), sem conflitos de interesse privados ou particulares, nos parece uma ação importante. Considerando a classificação trazida no Quadro 1, no

<sup>156</sup> Claro, esto [desinformación política en las redes sociales] no es problema de un mal trabajo de un periodista, eso es otra cosa, ¿qué podemos hacer ahí? Como periodistas no lo sé, la verdad, pues eso, por nuestra parte intentar ofrecer una información veraz también dinámica para los jóvenes, y a lo mejor por parte de los gobiernos y demás, no sé si se podría hacer algo, para regular las redes sociales en este sentido.

subcapítulo 3.3, seria uma atuação do Estado (iniciativa pública) em relação aos produtores (emissores) e em relação ao meio (mídia, plataformas digitais). Também enquadrámos a Educação, trazida nesta última e em outras respostas, como algo de atuação principal do Estado, mas focando principalmente nos receptores (consumidores).

Essas defesas de “censura”, regulações, punições e fiscalizações baseiam-se no entendimento de que o Estado deve exercer o poder de evitar abusos de direitos (como da liberdade de expressão), inclusive observando figuras já existentes no ordenamento jurídico, como a difamação ou a incitação a crime.

### 6.3.2 Mídia tradicional vs novas mídias

A dicotomia mídia tradicional vs novas mídias, ou passividade vs busca autônoma, é comum, e apareceu em algumas entrevistas. A mídia tradicional estaria ligada a um consumo passivo, enquanto as novas mídias estariam ligadas a uma busca autônoma, ativa. É uma simplificação comum, embora discordemos dela, por exemplo, quando chamamos atenção ao consumo passivo nas mídias digitais, ao que associamos a palavra “interpassividade” (INTERPASSIVITY, 2023). Destacamos duas leituras distintas sobre essa comparação: quem confia mais na mídia tradicional e quem confia mais nas novas mídias.

Dentre os que defendem (ou priorizam para o consumo noticioso) a mídia tradicional, P2H lamenta que seus amigos que não são da área do jornalismo não consomem dos “meios tradicionais”. A estudante inclusive considera este um dos desafios da área da Comunicação, “atrair as novas gerações para que sigam consumindo do jornalismo tradicional”<sup>157</sup>.

P2H, resposta 1:

– As pessoas passaram a acreditar que o jornalismo é mais uma maneira que tem, digamos, o governo, as elites etc de controlar a população contando o que interessa a eles, da maneira que a interessa a eles etc

[...] meus amigos de toda a vida, que estão estudando outros cursos ou têm outras profissões, só consomem notícias ou informação das mídias, diretamente, vão às redes sociais, o Twitter principalmente, e o que as pessoas estão dizendo<sup>158</sup>

Enquanto P2H gostaria que os jovens consumissem mais conteúdo do jornalismo

<sup>157</sup> atraer a las nuevas generaciones a que sigan consumiendo del periodismo tradicional

<sup>158</sup> la gente ha pasado a creer que el periodismo es más bien una manera que tiene, puede ser, gobierno, elites etc de controlar a la población por medio de contar lo que a ellos les interesa, de la manera que a ellos les interesa, etc [...] mis amigos de toda la vida, que estudian otras carreras o tienen otras ocupaciones, apenas consumen noticias o información de los medios, directamente, van a la redes sociales, Twitter sobre todo, y lo que la gente va contando

profissional, sua colega P3, mesmo sendo estudante da área, talvez seja um exemplo da “nova geração” que “acredita que o jornalismo é mais uma maneira que o governo, as elites” têm de “controlar a população contando o que interessa a eles”. Para P3, a comunicação “se politizou”: “tudo bem que cada um tenha sua própria ideologia, mas não tanto que os poderes políticos cheguem a controlar tanto [...] a comunicação, tanto escrita como televisiva”<sup>159</sup>. A estudante acredita que quem deveria fazer frente à desinformação (resposta 5) é “primeiro os próprios veículos” e depois “os cargos mais altos”, “o governo”, já que “a política se mete tanto em manipular a informação”, deveria se meter “de uma forma positiva para a comunicação, e não de forma negativa”<sup>160</sup>.

Também confia mais nas mídias digitais a entrevistada brasileira B1. Ela lamenta que sua família consome muita televisão, levando o que passa lá como verdade, “sem ter um filtro” (resposta 5). E considera que a internet permite uma pesquisa mais confiável:

B1, resposta 3:

– Eu sei que muita gente vê muita TV ainda, mas acho que hoje em dia a internet... ela é o apoio que a gente tem melhor assim para a gente se informar, e buscar realmente informação certa, não ficar acreditando em qualquer coisa que aparece

A comparação é complexa, pois não é possível dizer que nas mídias tradicionais sempre predomina conteúdo informativo ou educativo, que na TV todo o conteúdo, por ser produzido majoritariamente por jornalistas, mereceria a confiança tipicamente depositada nesse “sistema perito” (ARAÚJO, 2021) ou de “informação profissional” (SORJ *et al*, 2018). A crítica ao conteúdo comercial da televisão, por ser apelativo, por ter sua parcialidade não transparecida (defendendo-se neutro) é, inclusive, uma crítica comum da *media literacy*<sup>161</sup>. Logo, se o conteúdo televisivo é pobre, ou não merece confiança irrestrita (“acreditar em qualquer coisa que aparece”), é possível dizer que uma busca feita com critério na internet, como deve ser uma busca feita por uma estudante de 7º semestre de Biblioteconomia, tende a

159 P3, resposta 1: “Para mí los grandes problemas de la comunicación es, sobre todo, que se ha, se ha politizado, se ha metido mucho la política por el medio y, creo que está bien que cada uno tenga su propia ideología, pero no tanto que los poderes políticos lleguen a controlar tanto, sobre todo aquí en España eh, la comunicación de, de tanto escrita como televisión y todo”. “Sé, los desafíos, pues, yo creo hay que intentar luchar por una comunicación que sea lo más objetiva posible aunque nunca se pueda ser absolutamente objetiva, y contar las cosas tal cual, tal cual están ocurriendo, y no enrevesar ni quierres maquillarlas de una forma o otra.”

160 P3, parte da resposta 5: “O sea, primero los propios medios y luego, ya tirando pues, por los cargos más altos, pues te podría decir el gobierno, ya que él, la política se mete tanto en manipular la información pues ya que se meten, que se metan de una forma que sea positiva para la comunicación, no de forma negativa.”

161 Como comentado brevemente em 3.2 Digitalização das práticas informacionais e da política e em 4.1 Competências, alfabetizações, letramentos (midiáticos, noticiosos, digitais, infocomunicacionais)

ser mais confiável. Mas é preciso lembrar que ninguém, seja esta estudante, sejam as referências acadêmicas mencionadas neste parágrafo, está imune ao design gamificado, interessado, e, para deslocar uma palavra do seu contexto de uso comum, parcial das plataformas que dominam o ecossistema informacional, comunicacional.

A estudante B1 trouxe também um contexto de menor acesso a educação e à informação, em “vila”<sup>162</sup> numa cidade do interior, onde vivia e vê seus familiares assistindo à televisão acriticamente, como essa “realidade” com “tantos problemas” para onde ela não quer voltar. Isso remete aos efeitos da desigualdade no Brasil, mais intensos do que na Espanha.

### 6.3.3 Desigualdade à brasileira

Como mencionamos anteriormente, algumas evidências nas entrevistas parecem mostrar que os estudantes brasileiros estão mais preocupados com a segurança material do que os entrevistados na Espanha. Uma delas é a aparição da expressão “trabalh\*” em quatro respostas à primeira pergunta (sobre grandes questões e desafios da área) em Porto Alegre, enquanto “trabaj\*” apareceu em apenas uma resposta em Getafe. Além disso, todos os estudantes no Brasil mencionaram alguma palavra começada em “trabalh\*” em algum momento nas suas entrevistas, enquanto quatro estudantes na Espanha não usaram nenhuma palavra começada com trabaj\* (ou seja, foi mencionada por 100% das pessoas no Brasil e por 75% das pessoas na Espanha).

**Tabela 18** – Número de ocorrências e de entrevistados que usaram palavras começando com “trabalh\*” ou com “trabaj\*”

Cidade	Ocorrências	Entrevistas	Percentual do total
Porto Alegre	51	16	100%
Getafe	32	12	75%

Fonte: elaboração própria (2023)

Outras palavras relacionadas com o mundo laboral, as derivadas de “profissão” também apareceram mais em Porto Alegre: 13 estudantes utilizaram 30 vezes no total palavras começadas com “profiss”. Em Getafe, nove estudantes utilizaram palavras começadas com “profesi”, que apareceu 15 vezes no total.

**Tabela 19** – Número de ocorrências e de entrevistados que usaram palavras começando com

<sup>162</sup> Regionalismo gaúcho com sentido semelhante a “favela”: bairro de classe trabalhadora, de classe baixa

## “profis\*” ou com “profesi\*\*”

Cidade	Ocorrências	Entrevistas	Percentual do total
Porto Alegre	30	13	81,25%
Getafe	15	9	56,25%

Fonte: elaboração própria (2023)

Palavras derivadas de “profissão” (ou “*profesión*”) apareciam em duas perguntas no roteiro. Logo, havia certo estímulo para que todos os estudantes as usassem. Mas chamou a atenção, em Getafe, que todos os cinco estudantes do *doble grado* em *Periodismo y Humanidades* mencionaram palavras começadas por “profesi”, enquanto nenhum dos três estudantes de Periodismo utilizou palavras com essa raiz. Isso pode indicar que as disciplinas de Humanidades fomentem mais reflexões sobre a profissão. Como a que trouxe P2H (resposta à pergunta 5, tradução nossa<sup>163</sup>), sobre o papel dos profissionais “íntegros em níveis morais, com o dever da própria profissão”: para ela, eles devem ajudar a recuperar a imagem do jornalismo oferecendo produtos de qualidade para que as pessoas “voltem a confiar no produto do jornalismo”.

Reforçando a hipótese de que a maior ocorrência em Porto Alegre de palavras como “trabalho” e “profissão” possa indicar maior preocupação com questões materiais, a estudante J8 faz referência ao piso salarial “extremamente baixo” do jornalista, já na primeira resposta. A mesma entrevistada, na resposta seguinte, amplifica o escopo de preocupação ao falar sobre a educação e o baixo desenvolvimento social do país:

J8, resposta 2:

– acho que ela [a desinformação] é um problema muito maior, muito mais amplo que tem uma ligação com **questão educacional**, questão de **baixos índices de desenvolvimento social no nosso país**, enfim... eu acho que é um problema muito macro assim, muito grande, muito complexo, tem várias frentes

Palavras com a raiz de “educação” apareceram mais também no Brasil, embora o número de entrevistados que a mencionaram tenha sido parecido com o de Getafe, conforme a Tabela 20:

163 [...] que son íntegros en niveles morales, y con el deber de la propia profesión, deberían, en medida de lo que puedan, esto también es difícil, claro, pues ofrecer esos productos como de calidad, sin medias tintas, sin cosas falsas y tal, para que la gente vuelva a confiar en el producto del periodismo.

**Tabela 20** – Quantos entrevistados e quantas vezes usaram palavras começando com “educa\*”

Cidade	Entrevistas	Vezes no total	% de entrevistas
Porto Alegre	9	17	56%
Getafe	8	12	50%

Fonte: elaboração própria (2023).

Válido notar que palavras começadas com “educa” foram usadas por mais da metade dos entrevistados. A educação é reconhecida como possibilidade para esclarecer cidadãos e permiti-los uma melhor relação com a informação. Uma educação conscientizadora e transformadora, como a sugerida pelas InfoCom e pela CCI, poderia exercer resistência e gerar emancipação. No subcapítulo seguinte, a educação, inclusive de crianças e adolescentes, é tematizada mais detalhadamente.

A questão da desigualdade, ou mais até da assimetria de poder e dificuldade de enfrentamento à desinformação por pessoas que não detêm poder, foi citada pelo entrevistado J6. Sua fala traz a uma ideia de que as mudanças sociais são mais fáceis se vêm de cima, do topo da pirâmide de poder político e/ou econômico.

J6, resposta 5:

– Eu acho que a gente pode pensar em **um cenário que é meio até utópico, que é as elites sociais, econômicas, políticas, mudarem suas atitudes, mudarem sua forma de enxergar, de perceber e de agir no mundo...** e aí a gente teria talvez um resultado muito eficaz. Caso contrário, eu penso que é um trabalho de formiguinha, né?

O entrevistado reconhece que a atuação por pessoas que não fazem parte dessa elite seria um trabalho “de formiguinha”, ou seja, com resultados restritos, e que esperar uma mudança vinda de cima é “um cenário meio utópico”. Tanto o apontamento de que mudanças vindas de agentes que detêm bastante poder seriam necessárias ou mais efetivas quanto uma certa descrença na “boa vontade” destas pessoas são compartilhados com o historiador Harari (2018, p. 90-91), que comenta que a desigualdade humana tende a crescer com o advento tecnologias mais poderosas:

Os dois processos juntos — a bioengenharia associada à ascensão da IA — poderiam, portanto, resultar na divisão da humanidade em uma pequena classe de super-humanos e uma massiva subclasse de Homo sapiens inúteis. Para piorar ainda mais uma situação que já é nefasta, à medida que as massas perdem importância

econômica e poder político, o Estado poderia perder pelo menos parte do incentivo para investir em sua saúde, sua educação e seu bem-estar social. É perigoso ser obsoleto. **O futuro das massas dependerá então da boa vontade de uma pequena elite.** Talvez haja boa vontade durante umas poucas décadas. Mas em tempos de crise — como uma catástrofe climática — seria muito tentador e fácil descartar as pessoas supérfluas. (HARARI, 2018, p. 90-91, grifo nosso).

Essa visão contrasta com a crença revolucionária marxista, para quem “a classe operária é o sujeito da mudança do social” (MILOVIC, 2004, p. 38), uma crença que, segundo Milovic, provoca dúvidas, aparentemente compartilhadas por Harari e J6. O marxismo influencia a Teoria Crítica, a Pedagogia Crítica, a Competência Crítica em Informação, o que denota sua persistente relevância. Milovic (2004, p. 38) justifica esta relevância pois “como o sistema não mudou, a questão da emancipação se mantém em aberto” e “a crítica ao fetichismo seria capaz de repensar não só o capitalismo, mas toda a história”. Essa crítica permitiria “uma abertura para o criativo; por conseguinte, pensar o fetichismo de nossa consciência e do social, em todos os níveis, ainda é um projeto marxista” (MILOVIC, 2004, p. 39). Esta perspectiva inspira, desde o seu título, o subcapítulo que segue.

## 6.4 A raiz do problema

Diversas falas enaltecem a ação individual na abordagem e enfrentamento à desinformação. No nosso entendimento, a ação individual é potente, também porque, como mencionado no subcapítulo [3.3 Enganação mediada por computador](#), mesmo o Estado ou as empresas são formados por pessoas. Os sujeitos são importantes historicamente especialmente quando sua ação não se detém em interpretar o mundo, mas busca transformá-lo, como disse Marx na sua 11ª Tese sobre Feuerbach (MARX, 2003, escrito em 1845). Mas o viés da maior parte das falas, que remetem à agência pessoal nas entrevistas, nos parece menos crítico, sem ir à raiz do problema (MARX, 2016).

A partir das falas dos entrevistados e das classificações sobre principais agentes para fazer algo em relação à desinformação (Tabela 16), podemos pensar em algumas perguntas:

- a) A solução depende de cada um?
- b) Novas leis dariam conta do problema?
- c) Checar e desmentir é enxugar gelo?
- d) Políticas de uso e autorregulamentação das plataformas resolvem?

Essas perguntas apareceram, implicitamente ou explicitamente, em comentários de alguns entrevistados, que sugeriam ou questionavam a efetividade de algumas soluções ligadas a tais perguntas. Vamos começar por discutir a expressão “depende de cada um” e

algumas variações.

O entrevistado G3 usou cinco vezes a expressão “depende de cada uno”, enfatizando a agência individual para evitar o consumo de desinformação e informação falsa e, talvez, desestimular sua produção (embora esse desestímulo não tenha sido referido explicitamente). P5H, na resposta 9, disse:

– Acho que, no final das contas, a todos de certa maneira nos chega um pouco mais um pouco menos isso, a informação e a comunicação. Ou seja, passamos a vida nos comunicando, até um emoticon é comunicação. Então **vamos ser um pouco consequentes do que nos chega** e do que fazemos com isso, que tratamento damos.<sup>164</sup>

A entrevistada P7H disse que a resposta a desinformação, fake news, pós-verdade (pergunta 5) “também um pouco depende de nós”<sup>165</sup>. Ela crê que “os consumidores exigimos a imediatez, por isso também estamos viciados nos celulares, Instagram, no Whatsapp, porque queremos tudo de imediato”<sup>166</sup>. Segundo ela,

**Deveríamos ter outra concepção do consumo** e não exigir tudo para já, sem dar tempo ao jornalista ou ao trabalhador para que complete bem a informação. Além disso, **não costumamos prestar atenção durante muito tempo**, queremos tudo... Veja, agora, por exemplo, se dá mais importância no Instagram aos *reels* ou aos vídeos curtos, ou aos *stories*, porque em muito pouco tempo se conta, se tenta contar muitas coisas. Então queremos ler notícias que sejam muito curtas porque **não somos capazes de estar concentrados** em ler uma notícia que tenha, não sei, dez parágrafos. Então eu acredito que isso também **depende um pouco de nós** e que os jornalistas também são arrastados a isso, e os meios em comunicação em geral [também]. (P7H, resposta à pergunta 5, tradução, e ênfases nossa<sup>167</sup>)

164 Creo que, al final, a todos, en cierta forma nos llega un poco más, un poco menos de esto, la información y la comunicación. O sea, nos pasamos la vida comunicando, hasta un emoticón es comunicación. Pues vamos a ser un poco consecuentes de que nos llega y qué hacemos, qué tratamiento le damos.

165 Entonces creo que también un poco depende de nosotros.

166 [...] los consumidores también exigimos la inmediatez, por eso también estamos tan enganchados a los teléfonos móviles, Instagram, a Whatsapp, porque queremos todo de inmediato [...]

167 Sí, yo creo que, y lo queremos ya, ¿sabes? Entonces creo que también un poco depende de nosotros. Deberíamos tener otra concepción del consumo y no... eso, no exigirlo todo ya, sino dar tiempo al periodista o al trabajador para que complete bien la, la información. Además, eh... no solemos prestar atención durante mucho tiempo, queremos todo. Mira, ahora, por ejemplo, se le da más importancia en Instagram a los reels o a los vídeos cortos, o a los instagram stories, porque, en muy poco tiempo se cuenta, se intenta contar muchas cosas. Entonces, queremos leer noticias que sean muy cortas porque no somos capaces de estar concentrados en leer una noticia que tenga, no sé, diez párrafos. Entonces yo creo que eso también depende un poco de nosotros y que los periodistas también son arrastrados a eso, y los medios de comunicación en general.

Essas falas trazem uma ênfase no indivíduo como construtor da realidade social de uma maneira compatível com a ideologia neoliberal. Os discursos carregam contexto, história e ideologia, já que

o sujeito não é individual, é assujeitado ao coletivo, ou seja, esse assujeitamento ocorre no nível inconsciente, quando o sujeito filia-se ou interioriza o conhecimento da construção coletiva, sendo porta-voz daquele discurso e representante daquele sentido. (CAREGNATO; MUTTI, 2006, p. 681).

Segundo as falas de G3, P5H e P7H, a ação individual dos consumidores, dos usuários de mídias sociais, seria pelo menos corresponsável pelo problema. E o problema é descrito até não muito mais do que este ponto: o uso que “cada um de nós” faz de meios de comunicação digitais.

A estudante B7 vincula desinformação a “falta de vontade das pessoas de realmente pesquisar e procurar se aquilo que elas estão se informando é correto ou se vem de uma base, de uma fonte digna de confiança” (resposta à pergunta 3). Também atribuindo à agência individual, ao cuidado que o cidadão (na condição de usuário de mídias sociais e receptor de jornais televisivos) deve ter ao se informar e repassar.

Uma crítica de se fazer a essas falas é pensar os limites do potencial e dos papéis que exercemos nas chamadas plataformas digitais para a mudança, delas e do estado de coisas onde a desinformação prolifera. Neste sentido, as críticas que Stallman faz às plataformas são elucidativas. Ele chega a chamar os usuários das redes sociais mais populares do mundo, de propriedade da mesma empresa, de “usados”<sup>168</sup>, já que, segundo ele, as pessoas pensam que usam a rede, mas na verdade a rede as usa (STALLMAN, 2022).

A entrevistada P3, em resposta à pergunta 5, diz que o que se deve fazer em relação a desinformação, *fake news* ou pós-verdade é “desde o ponto de vista individual, não fazê-lo”<sup>169</sup> e “não divulgar *fake news*”<sup>170</sup>, para depois dizer que, embora não saiba o que poderia ser feito para evitar que as pessoas o façam, “está claro que se tem que fazer algo”<sup>171</sup>. A mesma entrevistada disse que um dos grandes problemas da Comunicação é que “se politizou, a política se meteu muito”, criticando o controle dos poderes políticos sobre a comunicação escrita, a televisão<sup>172</sup>. Ela defende que a comunicação seja o mais objetiva possível, embora reconheça que a objetividade absoluta seja impossível.

---

168 *useds*, em inglês

169 [...] desde el punto de vista individual no hacerlo, obviamente.

170 no lanzar *fake news*

171 está claro que se tiene que hacer algo

172 [...] se ha politizado, se ha metido mucho la política por el medio y, creo que está bien que cada uno tenga su propia ideología, pero no tanto que los poderes políticos lleguen a controlar tanto, sobre todo aquí en España eh, la comunicación de, de tanto escrita como televisión y todo.

**Quadro 9** - Trechos de respostas selecionadas à pergunta 5, sobre o que se deve fazer em relação à desinformação, fake news, pós-verdade; e quem deve fazê-lo

B8

Primeiro eu acho que a gente tem que **pensar como indivíduo**, “ah, o que eu estou fazendo pra contribuir com isso, eu partilho a desinformação? De que forma eu faço isso?” Porque **um balde não se enche de uma vez só, são várias gotas pra encher o balde**, então eu acho que se cada individuo pensa, tem um olhar crítico pra aquilo que propaga, de que forma tá passando a informação, acho que já é o ponto principal, assim. E claro, **políticas públicas**, isso é o... daí já é o macro, de que formas políticas públicas são pensadas pra obtermos desinformação ou tentar diminuir isso. Eu acredito que tem que ter essas duas correntes assim, e girando nisso, a questão da **educação**, a gente precisa já desde educação básica **ensinar as crianças** o que é a desinformação, o que é confiável.

P3, tradução nossa<sup>173</sup>

Bem, em primeiro lugar, de um ponto de vista individual, é não fazê-lo, obviamente. [...] principalmente os próprios meios de comunicação que lançam notícias falsas - e há alguns que as lançam - principalmente eles deveriam ser fechados e considerar dizer que isto não pode ser assim.

A palavra “politizar” apareceu na entrevista com P3 em contexto diferente do da fala de P7H que menciona as características indesejáveis dos consumidores frente aos celulares e aos vídeos curtos das redes sociais (imediatismo, falta de concentração, dispersividade). Mas a palavra veio à lembrança ao pensarmos o ponto-limite em que a crítica de P7H chega: as características indesejáveis dos consumidores em geral. O que se consome, como, e por quê seria, então, responsabilidade de indivíduos usuários e consumidores, que poderiam fazer melhor, ter mais paciência, concentração. Mas por que os indivíduos não têm paciência, concentração, e são imediatistas no ecossistema (des)informacional? “Ser radical é atacar o problema em suas raízes” (MARX, 2016, escrito em 1843-44). A crítica de P7H traz elementos centrais das condições de existência do ecossistema desinformativo digital, mas é direcionada aos usuários. Serão eles a raiz do problema?

A entrevistada P7H é uma das que mais enfatiza a necessidade de questionamentos adicionais, no consumo e na produção de notícias, criticando informações e notícias factuais sem contexto e defendendo que os meios de comunicação “tenham como objetivo a qualidade

173 Pues, lo primero, desde el punto de vista individual no hacerlo, obviamente.

[...] principalmente los propios medios que lanzan fake news – que hay algunos que sí que los lanzan – principalmente ellos eh... deberían de cerrarse y plantearse decir que esto no debe ser así.

antes da quantidade e da rapidez” (resposta à pergunta 8, tradução nossa)<sup>174</sup>.

O indivíduo apareceu também como o principal responsável por fazer algo em relação à desinformação, fake news e pós-verdade (pergunta 5) na entrevista com B8. A estudante diz que “um balde não se enche de uma vez só”, argumentando que um fenômeno social se faz de diversos comportamentos individuais. Ela traz, secundariamente, a necessidade de se pensar em políticas públicas focadas na educação, desde a educação básica, concordando tanto com outros respondentes, como com autores que defendem a promoção de competências infocomunicacionais:

Ações como essas deveriam permear todo o período de formação educacional dos estudantes, contemplando o **ensino básico, fundamental, médio e superior**. Se a informação é um ativo (econômico, político, social), a formação para lidar com tal ativo - a educação para a informação - é fundamental como **política pública de Estado**. (HELLER; JACOBI; BORGES, 2020, p. 201, grifos nossos)

Em linha com a defesa de Heller, Jacobi e Borges (2020) de uma formação educacional que contemple o ensino básico, diversos entrevistados, especialmente no Brasil, mencionaram a importância da educação de crianças e adolescentes, como mostra o Quadro 10.

#### Quadro 10 - Menções à educação de crianças e adolescentes

B6, resposta 8

– Um problema que as escolas sofrem no Brasil principalmente, é que a gente não tem **educação para crianças e adolescentes sobre a desinformação**, sobre busca de fontes, como lidar com isso? E daí chegam no momento, chegam na faculdade não sabe o que procurar, não sabe como escrever de forma correta, como buscar uma informação fidedigna, entendeu?

– A escola pública estadual, municipal, elas têm... até as **creches comunitárias** também tem papel nisso, pra **ensinar a criança a lidar com a tecnologia** porque ela já tá com o tablet, com o celular na mão e às vezes os pais nem como sabem mexer nisso

B7, resposta 3

– Me vem na cabeça a cultura do país... a educação, cultura não... **a educação do nosso país, precária que não prepara as crianças**, jovens, desde o **Ensino Fundamental** a trabalhar com a pesquisa, com a busca da informação correta, de estudar, de se capacitar na sua área de maneira que entenda, que domine bem aquele assunto pra fugir dessa desinformação

B8, resposta 5

<sup>174</sup> los medios de comunicación... que tengan como objetivo la calidad antes que la cantidad y que la rapidez.

– Eu acredito que tem que ter essas duas correntes assim, e girando nisso, a questão da educação, a gente precisa já **desde a educação básica ensinar as crianças o que é a desinformação**, o que é confiável.

– Então eu começo na educação básica... pra começar em casa né, mas se a gente vai falar de uma forma pública assim, na sociedade, de forma geral. Quando eu **ensino a criança como pesquisar**, a não acreditar em tudo que ouve, como filtrar o que a mídia ela ensina, eu acho que já... o ponto já tá... a gente já tá plantando uma sementinha, né?

J6, resposta 8:

– Eu acho que na verdade esse processo é uma construção, né? Então seria importante que não só o Jornalismo pensasse sobre isso. Seria importante que desde o início, desde a infância **as crianças fossem acostumadas a entender e debater o funcionamento disso** desde lá da escola.

J7, resposta 10:

– E sobre perguntas que tu não fez não sei, eu acho que talvez perguntar sobre... uma coisa que faltou, acho que poderia perguntar é **como que isso é visto com as crianças**, sabe? Assim, nesse sentido de... das escolas e tal, porque isso é **uma coisa que tem que ser desde cedo**, sabe...

J8, resposta 5:

– Eu acho que é essencial uma educação para a mídia, **pra que a gente entenda desde mais criancinha assim** como esse mundo comunicacional funciona porque ele passa por nós hoje em dia, **crianças** quase que nascem com celular na mão e aquilo ali é um instrumento tanto de informação quanto de desinformação.

P5H, resposta 9:

Al final, la educación no deja de ser futuro de la sociedad y yo creo que incluso diría que esto ya es un tema que no lo dejaría sólo para las facultades de comunicación o de periodismo o marketing, o lo que sea. Yo lo llevaría más allá e incluso empezaría ya a plantear estos temas y estos debates en los colegios.

Trouxemos anteriormente a presença de expressões como “depende de cada um”, que demonstram um foco na atuação individual como caminho para lidar com a desinformação. Após defendermos que este foco carrega um conteúdo neoliberal, portanto ideológico e político, trouxemos a presença da política em algumas falas. Numa delas, a entrevistada B8 transita da política para a educação, o que foi mote para mostrarmos falas que a tematizam. Este caminho indivíduo → política → educação é bastante interessante: todo indivíduo é

também um cidadão (embora direitos de cidadania nem sempre sejam acessíveis igualmente). O conteúdo cidadão, político que transparece nas falas mencionou em diversos casos a educação como um algo vinculado à desinformação e, principalmente, ao seu combate. Mais da metade dos entrevistados utilizou palavras com a raiz “educ” (53% dos estudantes, conforme detalhado na Tabela 20). Na mesma direção argumenta Brisola (2021, p. 250), para quem a desinformação é um projeto de poder “alimentado e fortalecido pela educação de baixa qualidade, não crítica, bancária e pelo afrouxamento ético e o descolamento da busca pela verdade que perpassa a sociedade contemporânea”. A competência crítica em informação, segunda a autora, também deve ser trabalhada em espaços de educação informal e não formal, ou seja, espaços de sociabilidade e cultura não restritos à escola e à relação professor-aluno (BRISOLA, 2021).

O Quadro 10 traz exemplos de menção à educação de crianças e jovens, mas a educação também foi mencionada de maneira mais ampla. Especialmente no caso da educação de crianças e jovens, é necessária uma ação coletiva, social, e não individual: uma política pública de educação. Uma educação que pode ser mais potente no combate a desinformação se incluir a educação para a informação. Ao realizar “ações multidimensionais voltadas à promoção de competências para a busca, apropriação e uso crítico da informação” (BRANDÃO, 2022, p. 32) a educação para a informação atua diretamente na relação dos cidadãos com a informação. Mas não apenas nesta relação: especialmente pelo seu viés pedagógico crítico, a educação para a informação atua também no estímulo a uma transformação social emancipadora (BORGES; BRANDÃO; BARROS, 2022). Uma transformação que também é objetivo da competência crítica em informação, através da conscientização que gera ação (BEZERRA; SCHNEIDER, 2022).

Considerando esses temas trazidos nas falas (o indivíduo ou “cada um”, a política e a educação), nosso entendimento é de que seria benéfico haver maior radicalidade, mais “ir à raiz” nas abordagens educacionais. Em linha com nossas leituras de bibliografia das competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação, acreditamos que transformações emancipadoras demandem consciência crítica. Esta é uma transformação que defendemos nas políticas públicas educacionais, especialmente no Brasil, nossa realidade mais próxima.

Além da educação, outra atuação que envolveria principalmente as instituições públicas e democráticas seria uma eventual renovação na legislação sobre o tema. Essa atuação se vincula com a segunda das perguntas que referimos no começo deste subcapítulo: Novas leis dariam conta do problema? No Brasil, há propostas neste sentido, com o Projeto de

Lei conhecido como PL das Fake News<sup>175</sup>. O entrevistado B4 chegou a usar a expressão “ir à raiz do problema” ao comentar a insuficiência ou ineficácia das leis e das instituições para prevenir desinformações propagadas pelo Governo Federal brasileiro e seus representantes em 2022.

B4, resposta 5:

– sinto que **as leis atuais não vão na raiz do problema**, elas são mais punitivistas no sentido de tipo... elas não previnem que o problema aconteça, elas tomam uma atitude quando o problema acontece [...] é necessário leis mais fortes, não necessariamente fortes, mas mais específicas à particularidade dessa questão, o que é por si só já é uma façanha incrível se acabar acontecendo porque é um fenômeno complexo e ao mesmo tempo as leis precisam ser aplicadas porque **as leis que a gente já tem não são aplicadas**, por mais ineficientes que elas sejam.

A desconfiança da capacidade institucional do estado de impôr constrangimentos à responsáveis por difundir desinformação aparece mesclada com o desejo de elaboração de uma legislação mais atualizada e condizente com a complexidade do fenômeno. Ir à raiz, para B4, seria prevenir o problema, não atuar só quando ele já aconteceu. Ele mencionou um “aparato legal” que respalde tanto a atuação cidadã como a atuação do profissional da Informação, bibliotecário contra a desinformação, num contexto de protegê-lo de ingerências políticas ou econômicas que dificultem sua atuação contra a desinformação. É uma perspectiva interessante por trazer a liberdade de atuação profissional (“ter possibilidade de fazer alguma coisa” sobre o assunto) vinculada a regras institucionais que permitam essa liberdade, essa autonomia em relação a poderes políticos ou econômicos. Isso seria essencial para que o profissional exercesse sua consciência crítica para gerar mudanças dentro do seu escopo de atuação, em linha com a posta em prática de uma teoria e ética como defendido pela CCI e pelas InfoCom.

Outra ação contra a desinformação é a checagem de fatos (*fact checking*, em inglês) *post hoc*, ou seja, a verificação da confiabilidade de alegações ou pronunciamentos publicados (FACT CHECKING, 2023). Esta atividade se relaciona com a terceira pergunta que propusemos no começo deste subcapítulo: checar e desmentir é enxugar gelo?

O *fact checking* é geralmente realizado por jornalistas, e pode desmentir conteúdo

---

175 Pode ser acompanhado na página do Senado Federal:

<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>

enganoso. J8, na resposta 7 (sobre qual postura o profissional da área deveria ter), põe em dúvida a efetividade da prática contra a desinformação:

J8, resposta 7 (sobre qual postura o profissional da área deveria ter):

– Eu acho que **a gente tá muito ainda focado em combater a mentira com a verdade**. Temos uma *fake news* e a gente vai lá e dá a notícia correta, esse tem sido basicamente o protocolo, aparentemente a única forma que se encontrou de combater, combater entre aspas porque não sei se combate de fato

Também comentando a prática profissional, mas com ênfase na produção de conteúdo, P2H (resposta 2, tradução nossa<sup>176</sup>) sugere que um jornalismo bem feito pode, talvez, retomar a confiança do público. Ela acredita que “teríamos que dar tipo um salto de qualidade, nesse sentido de garantir que tudo esteja super verificado, super certo, e poder dar uma informação que saibamos que é 100% verdadeira e que, talvez, assim, com o passar do tempo, as pessoas voltem a confiar em nós.”

Embora a checagem de fatos e declarações (*fact checking*) e o cuidado profissional na verificação das informações que embasam produtos jornalísticos sejam importantes, pode-se questionar a efetividade dessas ações no mercado da atenção (WU, 2017) sediado nas mídias digitais. Por isso alguns autores e entrevistados defendem uma filtragem ou regulação promovida pelas mídias sociais. Isso se relaciona com a quarta pergunta que propusemos no começo deste subcapítulo: políticas de uso e autorregulamentação das plataformas resolvem?

Como dissemos no subcapítulo [3.3 Enganação mediada por computador](#), a filtragem focada no conteúdo exige uma avaliação rigorosa das mensagens, como no *fact-checking*, que costuma tomar algum tempo. Uma filtragem focada no comportamento inautêntico de produtores e promotores de conteúdo poderia ser mais adequada (ANTIVÍRUS 11..., 2020), e já vem sendo feita e anunciada por empresas donas de plataformas (BRITO CRUZ; FRAGOSO; MASSARO; 2020). Embora não cite a filtragem ou policiamento por comportamento inautêntico, J1 defende ações por parte das plataformas, que “regulem a distribuição”, numa atribuição da regulação às empresas de mídias sociais, sugerindo um protagonismo da iniciativa privada no papel regulador ou responsabilizador:

J1, resposta 5 (grifo nosso):

<sup>176</sup> Yo creo que tendríamos como que dar un salto de calidad, en ese sentido de tener todo súper verificado, súper seguro y poder dar una información que sepamos que es 100% verdadera y que, quizá, de esa manera, con el paso del tiempo, la gente vuelva a confiar en nosotros.

– por parte das redes sociais que eu acho que falta um... tipo uma regulação maior na distribuição, né? Porque muita coisa foi distribuída pelo WhatsApp, pelo Facebook, pelo Twitter e simplesmente tá lá e ninguém tem responsabilidade sobre isso. Então em primeiro momento que eu conheço seria uma **regulação por parte das redes sociais**.

Na mesma linha, J2 (resposta 5) defendeu que “deveria ter uma preocupação maior dessas empresas, né, em criar políticas que de alguma forma se preocupem com essas questões de desinformação [...] essas empresas que devem se preocupar sim com o que o produto delas interfere na sociedade.”

As falas desses dois estudantes de jornalismo remetem à crença de que as empresas poderiam ser responsáveis por filtrar e restringir a difusão de desinformação. Em sentido contrário, Zuboff (2020, p. 575) diz que as empresas do capitalismo de vigilância, como são as proprietárias das maiores redes sociais e dos maiores mecanismos de busca e indexação de documentos, possuem uma “indiferença radical” sobre o conteúdo que veiculam: “não importa o que está na tubulação, contanto que esta esteja cheia e fluindo”<sup>177</sup>. Esta indiferença radical seria um “fato mais profundo e intransigente” que estaria por trás da desinformação: “um convite permanente para a corrupção” do conteúdo que circula nos produtos dessas empresas, pois, quanto mais conteúdo, mais dados e informações rentáveis as empresas extraem. Segundo a autora, “a indiferença radical deixa um vazio no lugar onde as reciprocidades um dia prosperaram. [...] as forças malévolas da desinformação captam esse fato mais intensamente” (ZUBOFF, 2020, p. 575).

Como reconhece o mesmo estudante J2 (resposta 5), apesar de existirem leis, por exemplo, sobre a comunicação social em época de eleições, as redes sociais ainda se furtam de fazer com que sejam seguidas nos seus domínios: “Tem um regulamento pra lidar com as candidaturas, né? [...] Só que na internet, né, nas redes sociais, parece que não tem muito esse controle. E são meios decisivos hoje”.

As perguntas listadas no começo deste subcapítulo, sobre o potencial da agência individual, de novas leis, da checagem, dos desmentidos e das políticas de uso e autorregulamentação das plataformas, foram baseadas em falas de entrevistados que tocaram nestes pontos, como relatado acima. Podemos comentar que, considerando suas falas e o nosso referencial teórico, o potencial de cada uma dessas opções é insuficiente, mas é desejável que ações sejam tomadas nessas áreas. O somatório das ações, sim, tem um

---

<sup>177</sup> Radical no sentido de “extrema”, não no sentido de ir à raiz, às origens

potencial mais próximo de fazer frente aos desafios. Acreditamos que essas ações têm de ser estruturais, inclusive limitando e regulando modelos de negócio e abrangência de atuação de plataformas privadas.

### **Pressão econômica por produção vs independência profissional**

As mídias digitais promoveram uma mudança impactante no mercado jornalístico, especialmente porque as receitas de anúncios publicitários migraram para as mídias digitais, um mercado concentrado em poucas empresas – nos Estados Unidos, estimou-se que duas empresas foram responsáveis por 70% das receitas de publicidade online em 2016 (ONLINE ADVERTISING, 2023). Dados de 2017 mostravam que os investimentos globais em publicidade em plataformas digitais superou os investimentos em televisão, uma ultrapassagem que nos Estados Unidos aconteceu no ano anterior (FRY, 2018). Em 2022, a fatia digital do mercado publicitário teria atingido 55%, superado o dobro do percentual investido em televisão (PEZZOTTI, 2022). A migração do investimento publicitário, que antes ia majoritariamente para empresas jornalísticas, para plataformas digitais significou gerou uma crise de financiamento no jornalismo que impactou o mercado de trabalho, gerando mais pressão sobre os profissionais. Isso apareceu nas falas de diversos estudantes que mencionaram como uma pressão por produção, por matérias *clickbait*<sup>178</sup> (G4, P5H), por ser “multitarefa” (J5, J8), ou a falta de recursos (J2, P7H).

P7H disse (resposta 5, tradução nossa<sup>179</sup>) que “em muitos jornais certamente não há recursos suficientes para criar um contexto [nas matérias]”, o que, na sua opinião, faz com que as notícias sejam incompletas e acabem gerando desinformação. J2 (resposta 3) também relaciona a desinformação com as dificuldades econômicas: “às vezes realmente faltam recursos financeiros, recursos de tempo, o que compromete a qualidade do nosso trabalho como jornalistas”.

A falta de recursos financeiros ou de tempo que podem prejudicar as condições para a execução de um trabalho de qualidade podem ser um problema mais comum desde a crise do modelo de financiamento do jornalismo (NEWMAN, 2019). A instituição do jornalismo com capacidade financeira de investigar e produzir matérias com autonomia e certa liberdade de denúncia, num legítimo e desejado exercício de quarto poder, tem perdido espaço para o conteúdo produzido e mediado sob a lógica do *clickbait*, da indiferença radical (ZUBOFF, 2020).

---

178 Caça-cliques (isca de cliques em tradução literal)

179 En muchos periódicos seguramente no haya recursos suficientes para crear un contexto

J5, P6H e J8 falaram da importância do jornalismo como instituição independente para arbitrar o que é verdade, o que é informação, sem o viés de governos ou empresas:

#### Quadro 11 - Jornalismo independente contra a desinformação

J5, resposta 5:

– Eu acredito que a desinformação em geral ela pode ser combatida através desses **conglomerados de Jornalismo investigativo**. [...] É que eu sempre vejo que o governo, ele tem um interesse por trás daquilo, a política é sempre um jogo de interesses, ao meu ver. Então... e a gente sabe que a informação e a desinformação são armas enormes pra movimentar públicos, pra galgar posições, garantir um determinado apoio ou eliminar o apoio a um determinado partido ou entidade.

P6H, resposta 5, tradução nossa<sup>180</sup>

– **Eu não confiaria em uma instituição pública dizendo o que é verdade**, o que é mentira, porque muitas vezes isso pode estar ligado a seus próprios interesses eleitorais, partidários ou até mesmo sociais, e por isso mesmo, acredito que é papel do jornalista se afastar do típico jornalista de esquerda, jornalista de direita, jornalista que dá uma opinião sobre uma coisa ou outra, futebol, jornalista do Barça, jornalista do Madrid, e ser o jornalista que tem as suas fontes, o jornalista que também se encarrega de verificar, como há cada vez mais agências de verificação, que são, que estão funcionando muito bem aqui neste país, e que, acima de tudo, é isso que é. Não se deixar guiar por margens políticas e **tentar impedir que instituições ou empresas**, que esqueci de mencionar, sejam as únicas a dizer o que é verdade e o que não é verdade. É isso que nós jornalistas somos, temos que fazer isso.

J8, resposta 8:

– acho até o que aconteceu durante a pandemia, dos veículos de comunicação se unirem, diferentes veículos se unirem pra passar os dados corretos dos números de mortos, do números de internados, enfim, da pandemia. Eu acho que isso já foi uma amostra do caminho, até pra driblar algumas desinformações, pra **driblar algumas tentativas de ocultação de informação**.

<sup>180</sup> yo no me fiaría en una institución pública diciendo lo que es verdad, lo que es mentira porque puede estar, muchas veces, unida a intereses electorales, partidistas o incluso, o incluso sociales suyos y por eso mismo, yo creo que es la función del periodista alejarse del típico periodista de izquierda, periodista de derecha, periodista que opina una cosa de otra, el fútbol, periodista del Barça, de Madrid, y a ser el periodista que tenga sus fuentes, el periodista que se encargue también de verificar pues están cada vez habiendo más agencias también de verificación, que están, que están funcionando bastante bien aquí en este país, y es eso, sobretodo. No dejarse guiar por márgenes políticos e intentar evitar que las instituciones o empresas, también, que me he olvidado de comentarlo, sean aquellas que digan qué es verdad y qué no es verdad. Eso somos los periodistas, tenemos que hacerlo.

O crédito atribuído à imprensa como este quarto poder capaz de atuar no esquema de pesos e contrapesos (SEPARAÇÃO DE PODERES, 2023) veio nas falas de estudantes de jornalismo como algo ligado à missão da profissão. Concordamos com a importância dessa atuação, especialmente quando há diversidade de veículos (e do seu financiamento) e independência editorial, defendendo que esta é uma frente necessária, mas não suficiente por si para lidar com a desinformação.

Além da independência editorial, é necessário que haja condições adequadas de trabalho, o que foi trazido em entrevistas. A sobrecarga de trabalho e a necessidade de aceitar condições não ideais para manter o emprego foram trazidas já nas primeiras respostas de J5 e J8, e na resposta 7 de P5H, como mostra o quadro 12.

### Quadro 12 - Pressão e a necessidade de manter o emprego

J5, resposta 1:

– Outra questão também é as redações estarem cada vez mais enxutas, o que sobrecarrega o jornalista hoje em dia. Mesmo eu não tendo estagiado, eu conheço pessoas que trabalham ou estagiam e todas elas confirmam que hoje **o jornalista ele é multitarefa demais**, o que o **sobrecarrega** e por consequência pode acabar **diminuindo a qualidade** da informação.

J8, resposta 1:

– Nosso piso salarial é extremamente baixo, as **condições de trabalho** muitas vezes são... **exigem que o profissional seja multitarefa**, desempenhe muitas funções.

P5H, resposta 7, tradução nossa<sup>181</sup>:

– Em outras palavras, somos os primeiros a tentar, no final, por **uma questão de sobrevivência** mesmo, estar nessa mídia, **não ser despedido**, continuar escrevendo e assim por diante... muitas vezes tentamos, bem, tentamos fazer isso... eu não diria nos adaptar, mas sim, um pouco a essas novas tendências, certo? Para mim, um dos problemas também, que tem a ver com a desinformação e o excesso de informações e assim por diante, é o **clickbait**.

Tal pressão do mercado, sofrida primeiro pelos empregadores, que passam pela crise de financiamento mencionada no começo desta seção, é repassada para os empregados, que necessitam “adaptar-se a essas novas correntes”, mesmo que isso signifique contribuir com o excesso de informação e produzir conteúdo *clickbait* (P5H). Este tipo de conteúdo é criticado

<sup>181</sup> O sea, que nosotros somos los primeros que, por intentar, al final, una cuestión de supervivencia, incluso, estar en estos medios, que no nos despidan, seguir escribiendo y tal... muchas veces tratamos de, bueno, de intentar eso... que no diría a adaptarnos, pero sí, un poco a estas nuevas corrientes, ¿no? Yo, para mí, uno de los problemas también, que tiene que ver con la desinformación y el exceso de información y tal es el clickbait.

pela estudante G4, que problematiza a pressão por “mentir” para poder “ganhar dinheiro”, em vez de “dizer a verdade” e “não ter visitas [ao seu site ou perfil profissional em mídia social]” (G4, resposta 5, tradução nossa<sup>182</sup>). A entrevistada ressalta o valor da checagem e da veracidade frente aos números (de acesso, que repercutem em rendimento do trabalho):

G4, resposta 5 (tradução<sup>183</sup> e grifo nosso):

– É um pouco complexo porque, vejamos, o principal seria informar-se mais antes de dar importância demasiada aos números, às cifras no caso de que sejas, bem, jornalista, por exemplo, ou youtuber, algo assim. **Que te importe mais, então, transmitir a verdade do que fazer um título *clickbait*.**

P7H trouxe, em duas respostas, uma interessante complementação: à pergunta 6, disse que o que os professores dizem que devem fazer “não vai se adaptar a nossa vida laboral” (tradução nossa<sup>184</sup>). Já na resposta 8, reforçou que a responsabilidade dos meios de comunicação se sobrepõe à dos seus trabalhadores, por isso prega aos meios que “tenham como objetivo a qualidade antes que a quantidade e a rapidez” (tradução nossa<sup>185</sup>).

Na mesma linha P6H respondeu à pergunta 5, defendendo que o jornalista “contraste todas as fontes, revise tudo antes de publicar e não se deixe levar pela pressa que, muitas vezes, a pressa de dar um furo faz com que a informação seja mais frágil e inclusive falsa em algumas ocasiões” (tradução nossa<sup>186</sup>). A fala concorda com a resposta 7 de J3, que diz que às vezes na prática do jornalismo de estar sempre “atrás de informação, de deadline e tudo mais, na correria parece que a gente não prioriza alguns conceitos éticos”. J4, por sua vez, na resposta 2, também enfatizou a checagem de informações como prioridade em relação à agilidade:

J4, resposta 2:

– Eu acho que como jornalista a gente acaba tendo que **verificar mil vezes** antes de publicar e levar a coisa certa e não se deixar cair nisso também, né? Que é muito fácil como jornalista tu ver uma manchete, um furo e cair, querer publicar justamente porque **“eu preciso publicar**

182 vas a preferir, pues, ganar dinero mintiendo que diciendo la verdad y no teniendo visitas

183 Es un poco complejo porque eh, pues, a ver, lo principal sería pues informarte más antes de importar demás los números, las cifras, en el caso de que seas, pues, periodista, por ejemplo, o youtuber, o algo así. Que te importe más, pues, transmitir la verdad antes que hacer un título clickbait.

184 los profesores dicen lo que tenemos que hacer, supuestamente, pero lo sabemos que eso luego no se va a adaptar a nuestra, a nuestra vida laboral

185 tengan como objetivo la calidad antes que la cantidad y que la rapidez

186 periodista que contraste todas las fuentes, que revise todo antes de publicarlo y que no vaya por las prisas que, muchas veces, las prisas de sacar una última hora hace que la información sea más débil e incluso, incluso falsa en algunas ocasiones.

**antes** de todo mundo”, também tem essa coisa.

O rigor no exercício da profissão, com a checagem de informações antes da publicação, é importante para evitar a *misinformation* propagada por profissionais. Esse rigor demanda condições suficientes de trabalho e uma ética profissional que não se deixe levar por pressões da carreira ou dos empregadores.

Ao longo deste subcapítulo, tratamos de discutir o que seriam raízes do problema da desinformação. Como já comentado, entendemos que a atuação profissional, a conscientização individual, a atualização legislativa e a mediação das plataformas precisam ser realizadas de maneira ética. Nenhuma dessas frentes nos parece suficiente, se isolada, para abordar a desinformação. Por isso, a atuação cidadã nos mais distintos fóruns é essencial, inclusive para buscar transformações mais estruturais, mais efetivas.

## 6.5 Riqueza na raridade

Alguns entendimentos sobre a desinformação e propostas para enfrentamento apareceram uma ou poucas vezes nas entrevistas. E, dentre essas, destacamos algumas que parecem interessantes, não só pela raridade, mas pelo seu conteúdo.

Uma frente que apareceu em somente em uma entrevista é a *open source intelligence*, uma abordagem que envolve dados abertos e produção coletiva de conhecimento. J5 enalteceu os conglomerados de jornalismo investigativo e os agregados de informações de fontes diversas, construídos coletivamente, como uma maneira de obter inteligência (informações estratégicas, de interesse estatal, de segurança).

J5, resposta 5:

– Eu acredito que a desinformação em geral ela pode ser combatida através **desses conglomerados de Jornalismo investigativo**. [...] Outros independentes também, tem um que eu sigo agora, [...que compila] dados de forma completamente independente, baseado em *open source intelligence*.

A construção de conhecimento de interesse público, seja por jornalistas especializados (no caso do conglomerados), seja por um coletivo de colaboradores, alimentado por fontes diversas, pode ser baseado em código aberto (*open source*). Um exemplo em que informação foi produzida coletivamente, baseada em código aberto e publicada para livre acesso foi o

monitoramento da radiação ionizante após o desastre nuclear de Fukushima (SAFECAST, 2023). Este tipo de ciência cidadã é creditado como uma ferramenta de transparência e resistência às muitas vezes opacas fontes oficiais. Assim, seria uma maneira de combater a desinformação e especialmente a falta de informação. Cabe destacar que tanto técnicas e ferramentas quanto a função social da *open source intelligence* ou da ciência aberta são afins às técnicas, ferramentas e função social do jornalismo investigativo, especializado em “desvendar mistérios e fatos ocultos do conhecimento público, especialmente crimes e casos de corrupção” (JORNALISMO INVESTIGATIVO, 2023).

Outro entendimento que apareceu somente uma vez foi o de que seria possível fazer um paralelo entre o assédio “virtual” e a desinformação que ocorre nesses meios. A estudante P5H fez uma relação interessante entre a dificuldade de culpabilizar difusores de desinformação com a dificuldade que havia em responsabilizar perpetradores de assédio em redes sociais digitais. Apesar de não ser tangível, não ser físico, o assédio e a desinformação “estão aí” nas redes sociais, então devem ser julgados.

P5H, resposta 5, tradução nossa<sup>187</sup>:

– Vamos tentar acabar com isso, vamos tentar ter ferramentas que, de alguma forma, vão julgá-lo... sim, inclusive é um crime. Penso que com as redes sociais há uma semelhança muito parecida com o assédio nas redes sociais, certo? Como acontece nas redes sociais, houve momentos em que **parecia que nada acontecia, não era físico, não se via, não era tangível, mas estava lá**. Bem, acontece um pouco com desinformação e notícias falsas e com tudo mais.

O tempo que passa entre o surgimento de uma nova modalidade de ato com consequências sociais e individuais danosas e uma resposta institucional, legislativa costuma ser maior do que o tempo que passa entre esse surgimento e sua compreensão, por exemplo, pela academia. Mas lembramos de J6 quando diz que “o próprio ambiente acadêmico não entendeu o que tá acontecendo ainda”. Neste esforço de entender e melhor agir em relação a tal fenômeno, é importante referirmos a fenômenos análogos para os quais respostas já vêm sendo apresentadas, como o trazido por P5H. O que os protocolos e debates sobre o enfrentamento ao assédio “virtual” podem mostrar analogamente a quem pensa, legisla e

<sup>187</sup> Vamos a intentar frenar esto, vamos a intentar tener herramientas que, de alguna manera, pues, sí que juzguen él... sí, incluso llega a ser un delito. Creo que ahí con las redes sociales pues pasa un símil muy parecido con el acoso en redes, ¿no? Como es en redes sociales, ha habido alguna temporada que parecía que no pasaba nada, no era físico, no lo veías, no era tangible, pero estaba ahí. Pues pasa un poco con la desinformación y con las fake news y con todo igual.

combate a desinformação? A mentira, a calúnia e o cometimento de crimes ligados a difusão de informação falsa ou descontextualizada, especialmente quando é proposital (disinformation), poderiam receber tratamento inspirado no tratamento dado a casos de assédio?

Na próxima seção destacamos complementos sugeridos pelos entrevistados ao nosso roteiro de entrevistas, assim como suas respostas ou comentários sobre as perguntas que eles mesmos propuseram.

## 6.6 Perguntas sugeridas por entrevistados

Poucas foram as pessoas que sugeriram outras perguntas ou temas que poderiam ter aparecido no roteiro, no espaço final que se abria para isso. O entrevistado G7 inicialmente disse que achou o questionário bastante completo e que não pensava em nenhuma pergunta adicional:

– Es una buena última pregunta. La verdad es que no, no se me ocurre, o sea, no hay nada que falte, que me parezca que, evidentemente, falte. Ahora mismo, creo que no, creo que ha sido bastante completo.

Mas, ao ser introduzida a etapa da entrevista com perguntas objetivas sobre perfil socioeconômico, G7 pensou que esta poderia ser uma pergunta:

– Bueno, eso sería una buena pregunta, ¿eh? Lo de... en que medida afecta el perfil sobretudo económico, pero también social, sí, sería socioeconómico... En que medida influye en la difusión de noticias falsas... incluso también hay contexto geográfico. El tema del contexto geográfico sí que es más objetivo, hace falta mirar datos.

O entrevistador então o convidou a respondê-la: “Sí, ya que propusiste esta pregunta, si quiere comentar un poco más sobre ello...”, ao que ele disse:

G7, resposta 10:

– Não pensei muito sobre isso, mas... como muitas coisas, suponho que, mesmo que seja em pequena escala, isso terá uma influência, pois poderíamos considerar que uma pessoa com mais recursos econômicos tem mais probabilidade de ter acesso a informações melhores. Por melhores informações, quero dizer para educar-se ou para entender o problema real das notícias falsas e das redes sociais. Embora, é claro, quero dizer, acho que o impacto é mínimo porque, da mesma forma, uma pessoa com poucos recursos pode acessar informações gratuitas de alta qualidade, embora seja verdade que o acesso à universidade, não sei como é no Brasil, na Espanha, para pessoas com poucos recursos, a universidade é gratuita. O problema é que, é

claro, muitas vezes é difícil incentivar as pessoas a irem, mesmo que seja gratuito. Sim, eu diria que, principalmente, isso provavelmente tem uma influência, mas é... não é suficientemente relevante. Isso é o que eu penso sem conhecer os dados.<sup>188</sup>

A pergunta estimula reflexões interessantes, mas, como o próprio comentário de G7 mostra, uma fala mais objetiva sobre o assunto é prejudicada com a falta de dados nos quais se embasar. De qualquer maneira, questões como a restrição de acesso a informação por falta de recursos materiais, inerentes à sociedade de consumo, poderiam ser levantadas por respondentes desta questão, como fez o próprio G7.

A estudante P8 sugeriu uma pergunta sobre as diferenças geracionais na percepção sobre o fenômeno da desinformação. Ela definiu um marco temporal para o seu comentário no ano de 2008, com a crise econômica cujos desdobramentos político-econômicos impulsionaram o movimento dos indignados, comentado em [3.2 Digitalização das práticas informacionais e da política](#).

P8, resposta 10, tradução nossa<sup>189</sup>:

– No, creo, bueno, creo que sería interesante saber **cómo los jóvenes, en comparación con los adultos, perciben la desinformación**. Porque los adultos han podido ver muchas etapas de periodismo, sobretudo aquí en España, con la crisis económica de 2008, cuando empezaron todos los medios nativos digitales, e, creo que lo podrían percibir de una manera distinta, también porque vivieron una generación periodística distinta en comparación con los, con los jóvenes.

P8, resposta 10:

Quando foi pedido que ela comentasse ou respondesse a pergunta que ela sugeriu, a resposta foi:

---

<sup>188</sup> Es que no he reflexionado mucho, pero... como tantísimas cosas, supongo que aunque sea en una pequeña medida, sí que influirá, podríamos tirar por el lado de que una persona con más recursos económicos es más probable que tenga acceso a una mejor información. Mejor información me refiero para formarse o para entender el verdadero problema de las fake news y las redes sociales. Aunque claro, o sea, yo creo que el impacto es mínimo porque, igualmente, una persona bajos recursos puede acceder a información gratuita de mucha calidad, aunque sí que es verdad que el acceso a la universidad, no sé como será en Brasil, en España, para la gente bajo recursos la universidad es gratis. El tema es que, claro, lo complicado muchas veces es fomentar, a pesar de que sea gratis, fomentar que la gente vaya, así. Sí, yo diría que, principalmente, probablemente tenga una influencia, pero tenga... no sea suficientemente relevante. Eso es lo que creo sin conocer los datos.

<sup>189</sup> No, creo, bueno, creo que sería interesante saber cómo los jóvenes, en comparación con los adultos, perciben la desinformación. Porque los adultos han podido ver muchas etapas de periodismo, sobretudo aquí en España, con la crisis económica de 2008, cuando empezaron todos los medios nativos digitales, e, creo que lo podrían percibir de una manera distinta, también porque vivieron una generación periodística distinta en comparación con los, con los jóvenes.

– Eh, no. Creo que depende mucho también de qué gente mayor vayas a preguntar porque, al final cada uno tiene su percepción, su ideología, y eso varía mucho según que medios vayas a consultar o qué medios haya consultado previamente. Entonces algunos te podrían decir que antes era mejor porque los periodistas estaban más calificados y tenían un verdadero sentido periodístico y otros te podrían decir que ahora con los medios nativos digitales e internet es más fácil encontrar la información y también ello podría llevar a la desinformación pero no se sabe.

P8 aponta diferenças de práticas de consumo e de visão de mundo, que podem ter influência etária, como influências na relação das pessoas com a desinformação. A pergunta sugerida por ela também pode ser interessante para obter comentários dos respondentes sobre a percepção sobre a própria atitude e comportamento sobre a desinformação.

## 6.7 Algoritmos

Chamou muito a atenção que apenas um entrevistado mencionou a palavra “algoritmo”. Ela apareceu em quatro respostas de G7: à pergunta 1, sobre os grandes problemas e desafios da área; à pergunta 3, sobre como definiria a desinformação; à pergunta 7, sobre qual deveria ser o papel do profissional da área, e à pergunta 8, sobre se acha que alguma instituição tem papel chave para refletir e agir em relação à desinformação.

G7, na resposta 7 (tradução nossa):

– Sim, além disso, os algoritmos neste momento, como estão... bom, por influência principalmente do Tiktok e tal (mas isso já estava acontecendo antes com o Youtube, o Twitter), priorizam muitíssimo mais a velocidade do que a qualidade do conteúdo. Então, no final, a população média prefere ver, prefere ter 5 estímulos rápidos em vez de 2 bons e lentos. Ou seja, acabamos caindo no erro de tentar priorizar a velocidade, e publicar tudo, e estar ali com tudo antes de assegurarmos-nos de que o que se publica é verídico.<sup>190</sup>

A população média prefere ter mais estímulos, não importando sua qualidade. O profissional cai no erro de primar pela velocidade. Por que fazem isso? A busca por mais estímulos agradáveis, e a vontade de ter uma trabalho produtivo e de sucesso com as ferramentas que se utiliza não parecem algo alheio ao comportamento humano ao longo de sua existência. G7 falou, no começo desta sua fala, dos algoritmos e como eles priorizam a velocidade sobre a qualidade. Este fator de mediação, um resultado técnico de um processo histórica e economicamente situado<sup>191</sup>, é recente. São vários, criados por diversas empresas, mas têm em comum precisamente a exploração de características humanas como a busca por estímulos agradáveis, a produtividade e o sucesso. Essas características são manobradas com o embutimento, em interfaces e aplicativos, de recompensas e punições variáveis, baseados em saberes da psicologia e da economia comportamental, como o *nudging*<sup>192</sup>. Recompensas e punições que aparecem em forma de estímulos, visuais, sonoros, em ritmos eficientes para nos causar vício comportamental (ALTER, 2018).

<sup>190</sup> Sí, además, los algoritmos, ahora mismo, pues como están... bueno como ha influido sobretudo el TikTok por ahí (pero ya estaba pasando antes con YouTube, Twitter), prima muchísimo más la velocidad que la calidad del contenido. Entonces, al final, la población media prefiere ver, prefiere tener 5 estímulos rápidos antes que 2 buenos y lentos. Esto es, se acaba cayendo en el error de tratar de primar la velocidad y publicar todo y estar allí con todo antes que asegurarse de lo que se publica es veraz.

<sup>191</sup> Como discutimos em [3.1 Digitalização da vida](#).

<sup>192</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Nudge\\_theory#AI\\_and\\_Algorithmic\\_Nudging](https://en.wikipedia.org/wiki/Nudge_theory#AI_and_Algorithmic_Nudging)

### **Estímulos algo rítmicos**

Estímulos variáveis, com a incerteza sobre o que nos espera em seguida, são mais eficientes para nos viciar do que estímulos previsíveis (mesmo que estes sejam bem mais positivos) (HARARI, 2016). E os estímulos e punições que organizam as sociedades agora são digitalmente produzidos (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022). Esta lógica é dominante nas redes sociais, que, com seus algoritmos protegidos sob o argumento da propriedade industrial, mantém a opacidade sobre as regras que se aplicam ao debate público e ao cenário principal da desinformação.

G7, resposta 9:

– Mas, é claro, instituições claras que deveriam atuar seriam as plataformas, as mídias digitais, principalmente as redes sociais, apesar de que é muito mais complicado porque muitas vezes é difícil de mexer nos seus algoritmos. E os governos, claro, os governos de cada país ou região deveriam se envolver também na luta contra a informação falsa.<sup>193</sup>

É difícil mexer nos algoritmos desses serviços privados: mas o debate deve avançar se esses serviços constroem o espaço público. Os governos deveriam se envolver na luta contra a informação falsa, acreditamos, na intersecção que o quadro 1 mostra com os meios (plataformas) e com os cidadãos (consumidores, em relações privadas). Uma educação transformadora em relação à informação pode ser um caminho nestas direções.

Outro caminho seria repensar política e institucionalmente a governança pública sobre os mecanismos envolvidos na atuação algorítmica que medeia a desinformação e permite em grande parte seu florescimento. Pensando estruturalmente, Zuboff (2022, online, tradução nossa<sup>194</sup>) defende que o modelo de negócio das empresas “capitalistas de vigilância” gera a institucionalização de processos “catastróficos para a democracia”, e portanto, a sua regulação “não pode produzir os resultados desejados”. Empresas-modelo do que ela chama de capitalismo de vigilância seriam a proprietária das maiores redes sociais e a proprietária do maior mecanismo de busca, do maior site de compartilhamento de vídeos, do mais utilizado sistema operacional de celulares, entre outros serviços. Essas atividades estão ligadas à desinformação, já que esses negócios “reproduzem a violência digital intercedendo

<sup>193</sup> Pero, desde luego, instituciones claras que deberían actuar sería las plataformas, los medios digitales, sobretudo las redes sociales, aunque es mucho más complicado porque muchas veces es difícil tocar sus algoritmos. Y los gobiernos, por supuesto, los gobiernos de cada país o cada región deberían implicarse también en la lucha contra la información falsa.

<sup>194</sup> While the liberal democracies have begun to engage with the challenges of regulating today’s privately owned information spaces, the sober truth is that the regulation of institutionalized processes that are innately catastrophic for democracy cannot produce desired outcomes.

artificialmente para favorecer a lucrativa corrupção de informações em detrimento da integridade” (ZUBOFF, 2022, online, tradução nossa<sup>195</sup>).

Medidas ativas dirigidas ao que é mais visível, tais como moderação de conteúdo em todas as suas formas, incluindo etiquetagem, aviso, *fact checking*, lentidão, *takedowns*, ou suspensões, são cada pós-catástrofe e, portanto, não são páreo para os mecanismos reprodutivos identificados nesta discussão. (ZUBOFF, 2022, online, tradução nossa<sup>196</sup>)

Segundo a autora, em vez de medidas paliativas ou mesmo de regulação, é necessário defender a abolição de tais práticas de “extração humana” (através de seus dados, usados então para modificar seus comportamentos). Para ela, só a “abolição elimina as causas estruturais do caos epistêmico associado com a mercantilização do humano” (ZUBOFF, 2022, documento online, tradução nossa<sup>197</sup>). Birch (2023, não paginado), na sua análise focada no impacto das gigantes de tecnologia no funcionamento do mercado, concorda com Zuboff em que é preciso ir além da regulação:

O poder das Big Techs não se deve apenas ao seu tamanho, mas ao fato de que elas coletam, controlam e monetizam as informações necessárias para o funcionamento dos mercados. Elas se tornaram mercados voltados para si mesmos. Para controlá-las será preciso pensar além da simples regulação.

Ao contrário de Birch (2023), que alega que “se não houver mais mercados, quando os reguladores retornarem às suas formas desatualizadas de entender o mundo para controlar as Big Techs não vai funcionar”, Zuboff acredita que a atuação institucional dentro das estruturas das democracias ocidentais pode fazer frente aos desafios (menos focados na economia) que ela descreve. A autora menciona iniciativas que estariam indo na direção de abolir as práticas de “mercantilização do humano”, como a Declaração Europeia sobre os Direitos e Princípios Digitais para a Década Digital e a proposta de Lei de Privacidade e Proteção de Dados nos Estados Unidos (ZUBOFF, 2022).

Em crítica à posição de Zuboff e seu capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2020), Morozov (2022, p. 112, tradução nossa<sup>198</sup>) argumenta que ela “patologiza o lado extrativista do capitalismo digital mas normaliza sua dimensão não-extrativista”. Segundo o autor, isso naturalizaria outras desapropriações digitais, não vinculadas à vigilância dos usuários, que

195 [...] profiteering commercial operations that breed digital violence by artificially interceding to favor lucrative information corruption over integrity

196 Active measures directed at what is most visible, such as content moderation in all its forms, including labeling, warning, fact checking, slowdowns, takedowns, or suspensions, are each post-catastrophe, and therefore no match for the reproductive mechanisms identified in this discussion.

197 Abolition eliminates the structural causes of epistemic chaos associated with the commodification of the human.

198 In pathologizing the ongoing extractivist side of contemporary digital capitalism, Zuboff’s critique completely normalizes its non-extractivist dimension.

concedem a gigantes do tecnocapitalismo (expressão preferida por ele) seu “poder e domínio sobre a imaginação institucional da sociedade” (MOROZOV, 2022, p. 112, tradução nossa<sup>199</sup>). Em crítica mais radical, Morozov direciona sua análise ao capitalismo em si, que estaria “indo na mesma direção a que sempre rumou, aproveitando quaisquer recursos que possa mobilizar – quanto mais barato, melhor.”<sup>200</sup>

Independentemente do enquadramento político econômico e da posição do observador crítico em relação a esse (novo ou velho) capitalismo, a potência dos diagnósticos sobre seus impactos na organização das sociedades foi essencial para este trabalho, seja este diagnóstico o realizado por Zuboff (2015, 2020, 2022), Morozov (2022), Birch (2023), Alter (2018), Schwarz (NEW BOOKS IN SOCIOLOGY, 2022), Lamdan (NEW BOOKS NETWORK, 2022), Lovink (NEW BOOKS IN COMMUNICATIONS, 2022), ou outros. Especificamente em relação a Zuboff, uma importante fonte neste trabalho, podemos acrescentar outra crítica: ao seu enfático crédito em instituições das democracias, que faz mais sentido para cidadãos privilegiados do norte global. Pensando nos países onde nossa etapa de campo foi realizada, tanto o Brasil, situado no sul global, como a Espanha, no sul da Europa ocidental, têm posição de relativa periferia em relação à hegemonia do norte, da anglofonia. No diagnóstico de Zuboff, são tratadas como exceções recentes situações que não nos parecem de todo recentes nem excepcionais:

É surpreendente considerar que nossa civilização de informação emergente é totalmente dependente desses "espaços", mas eles permanecem para venda ou aluguel por qualquer indivíduo, corporação, político, bilionário, megalomaniaco, ou bilionário megalomaniaco, **sem nenhuma lei para restringir sua ação, ao contrário de quase qualquer outra forma de propriedade**. As pessoas são deixadas a observar, gritar ou encolher-se à margem de suas próprias **pilhagens** e suas consequências nas singularmente abstratas formas de **subjugação** descritas nestas páginas. (ZUBOFF, 2022, online, grifos nossos, tradução nossa<sup>201</sup>).

Do ponto de vista decolonial, pessoas já eram e continuam sendo deixadas “a observar, gritar ou encolher-se à margem” perante pilhagens e subjugações violentas que formas de propriedade não capitalistas de vigilância (ou capitalistas não de vigilância) perpetram. Sem leis suficientes, funcionais ou devidamente aplicadas para constranger essas violências, populações subalternizadas, racializadas e minorizadas têm inclusive suas vidas

---

199 power and its hold on society’s institutional imagination

200 Capitalism is moving in the same direction it always has been, leveraging whatever resources it can mobilize —the cheaper, the better.

201 It is astonishing to consider that our emergent information civilization is wholly dependent upon these “spaces,” yet they remain for sale or rent by any individual, corporation, politician, billionaire, megalomaniac, or billionaire megalomaniac, with no law to constrain their action, unlike almost any other form of property. The people are left to observe, shout, or cower on the sidelines, bystanders to their own pillage and its consequences in the uniquely abstract forms of subjugation described in these pages.

postas em jogo em prol de benefícios para minorias no poder. Claro, conquistas institucionais como as legislações que regulam a exploração do trabalho e de recursos naturais são avanços essenciais. Zuboff defende um capitalismo menos assimétrico do que o atual, com maiores reciprocidades entre força de trabalho e empresas, e regulado por instituições que limitem abusos. Neste sentido, assumimos um posicionamento mais radical, que considera que assimetrias e violências são perpetradas nas periferias (locais ou globais) desse sistema mesmo quando as instituições parecem funcionar nos centros hegemônicos – o que provavelmente é mais visível e sensível no sul global.

Como instrumentos centrais na nova (roupagem da) lógica econômica e política descrita anteriormente, os algoritmos materializam as normas de mediação comunicativa entre pessoas, enquanto permitem a diminuição de espaços e tempos entre nós.

Hoje, não há dúvida em afirmar que as Big Techs são os intermediários-chave em nossas vidas diárias e para as informações das quais dependemos: eles nos conectam uns aos outros, operam a infraestrutura que usamos para trabalho e lazer, nos fornecem bens e serviços úteis e muito mais. [...] Obviamente, elas não fazem isso por bondade do coração; em troca do que fornecem, tomam de nós os nossos dados pessoais, comerciais e de uso das plataformas, e transformam-nos em outros produtos, serviços e infraestruturas. (BIRCH, 2023, não paginado, grifo do autor).

A informação e a desinformação que fluem nos “espaços” (ZUBOFF, 2022) fornecidos e controlados pelos conglomerados do tecnocapitalismo (MOROZOV, 2022) fluem segundo as regras positivadas nos códigos computacionais por trás das nossas telas. Por isso, como dissemos, um resultado surpreendente desta pesquisa foi que apenas um em 32 entrevistados utilizaram a palavra “algoritmo”.

## 7. CONCLUSÃO

A desinformação é um problema que acompanha a história da humanidade, seja nos enganos propositalmente criados para influenciar outras pessoas, seja nos enganos não criados propositalmente, que influenciam pessoas que ficam em situação de saber impreciso, incorreto ou não saber. Em 2023, podemos dizer que uma nova maneira de difundir e consumir engano acompanha a humanidade pelo menos há uma década. O potencial de difusão muitos-para-muitos das mídias digitais surgidas e popularizadas especialmente a partir de 2004 (com o lançamento de redes sociais de duas atuais *big techs*) deu voz e potencial de alcance a cidadãos que tivessem acesso à tecnologia e ao conhecimento necessário para o seu manuseio. Esses lançamentos vinham ainda embebidos em um espírito do tempo libertário, que cria (do verbo crer e do verbo criar) na tecnologia redução de distâncias não só espaciais e temporais, mas sociais. Um otimismo que se viu abalado em grande parte com escândalos de exploração política e econômica de dados, personalidades e comportamentos no mundo digital, que cada vez mais é pervasivo e entremesclado com o que costumávamos chamar, numa diferenciação obsoleta, de mundo real.

O fenômeno-problema da desinformação, na nossa visão, está muito vinculado com esse ecossistema digital plataformizado da economia e da política hoje, algo que é apontado e debatido por estudiosos que cunharam ou fazem uso de expressões como Economia da Atenção, Mercadores da Atenção, Capitalismo de Vigilância, Capitalismo de Plataformas, Colonialismo de Dados. Mas de certa forma este ecossistema ainda tem características e contradições de organização social estudadas e denunciadas pelo menos desde Marx. A materialidade do mundo artificial, ou cultural, construído pela humanidade, é a expressão de uma organização social histórica e politicamente construída. Este capitalismo globalizado e com relações não só comerciais, mas das mais diversas, mediadas por instrumentos “invisíveis” e “voláteis”, como a metáfora da nuvem sugere, tem suas regras em boa medida ditadas e seus lucros em boa medida fluindo a partir de uma lógica extrativista que nos lembram que o colonialismo talvez tenha, com o capitalismo, menos sido superado do que reinventado.

Surpreendeu-nos, no realizar desta pesquisa, que os dados de campo trouxeram poucas vezes uma crítica direcionada a estas características – talvez basilares – da política econômica que leva as pessoas numa pequena comunidade rural ou num grande centro urbano, seja no Brasil, nas Filipinas, no Canadá a terem suas comunicações comerciais, laborais, familiares, de lazer mediadas pelas mesmas ferramentas. Parece que o objetivo de algumas empresas (e

governos) de que essas plataformas aparentem uma neutralidade, gratuidade e uma natureza benéfica *a priori* foi amplamente atingido. A ideia de inevitabilidade de determinados desdobramentos negativos da difusão deste modelo sem restrições comerciais ou legais também parece ser globalmente aceita. Nas falas de campo, poucas pessoas mencionaram o modelo de negócio das mídias sociais monopolistas e extrativistas como um problema. Mais entrevistados fizeram críticas pontuais a algumas características dessas mídias, como o estímulo ao *clickbait* e o destaque dado a produtores de conteúdo amadores ou inescrupulosos em assuntos sérios, como saúde.

Ao mesmo tempo, nos causou positiva impressão que alguns estudantes trouxeram elementos inesperados, como os relatados em “Riqueza na Raridade”: inteligência coletiva *open source* e um paralelo entre o tratamento que o assédio online recebia e passou a receber e o que a desinformação recebia e deve passar a receber. Outra surpresa de campo foi a defesa de grupos de profissionais das áreas da Informação e Comunicação como atores principais para lidar com a desinformação. Redes de colaboração entre jornalistas, entre comunicadores, entre bibliotecários ou entre educadores foram defendidas por entrevistados. Essa importância dada à atuação profissional (individual ou coletiva) foi predominante entre os estudantes de *Periodismo* (grupo espanhol).

Também foi interessante notar uma crítica recorrente, tanto em Porto Alegre como em Getafe, às pressões do mercado e dos empregadores em relação à produtividade. A cobrança por resultados, a crise do modelo de negócio das empresas jornalísticas e de mídia e a necessidade de repensar instituições como a biblioteca e o jornalismo, para que atendam a suas finalidades frente a desafios atuais, foram elementos bastante recorrentes nas entrevistas. Isso mostra que os estudantes estão atentos, preocupados e defendem um exercício profissional ético e comprometido com a qualidade dos resultados que produz.

Retomando nosso problema de pesquisa (como os estudantes de graduação das áreas de Informação e Comunicação dialogam com as compreensões sobre a desinformação e sobre o seu combate?), podemos trazer que os estudantes vinculam a desinformação principalmente a: falsidade, mentira, plataformas de mídia social, ignorância, preguiça, falta de informação, falta de contexto, intenções ou interesses ocultos, manipulações. Como estudantes das áreas de Informação e Comunicação, veem-se ligados ao assunto, embora muitas vezes condicionem sua atuação a fatores externos: meios de trabalho, instituição onde trabalharão, poder de influência em redes sociais. Ao reconhecerem a importância da educação, inclusive elogiando ou criticando parte do currículo dos seus cursos, também dialogam com a nossa bibliografia de referência. Mas algumas vezes enfatizam elementos técnicos ou operacionais,

sem pôr em questão uma formação mais conscientizadora, no sentido freiriano.

A educação é um fio condutor interessante porque toca em várias falas dos estudantes de maneiras diferentes. A educação do profissional da Informação e da Comunicação, por exemplo, foi tema de comentários sobre a desinformação como algo que nasce em uma atuação profissional apressada, abaixo de critérios técnicos e éticos, ou feita com poucos recursos materiais. Já a educação da população em geral foi defendida como maneira de promover “imunidade” à desinformação, muitas vezes desde os primeiros anos escolares. Alguns defenderam mudanças mais estruturais, em políticas públicas de educação. É interessante notar que há enfoques distintos, de certa maneira, no conjunto, trazendo uma compreensão de que as causas da desinformação estão distribuídas em vários “lugares”: nos cidadãos, nas empresas, no estado – para usarmos a classificação que propusemos no referencial teórico. A necessidade de inclusão, a partir da etapa de campo, da categoria “(grupos de) profissionais” nessa classificação nos mostrou que os estudantes veem um protagonismo possível na sua vida laboral, em concordância com a literatura que coloca os especialistas em Informação e em Comunicação como agentes importantes para melhor compreender e enfrentar os desafios da pós-verdade e da desinformação.

Os elementos concordantes e discordantes nas entrevistas, seja em relação à bibliografia, seja em relação às falas dos seus colegas estudantes, nos sugerem que esta pesquisa trouxe uma diversidade de perspectivas. E os elementos previstos, os repetidos, os surpreendentes e os únicos nos sugerem que este trabalho pode contribuir para uma melhor compreensão da desinformação, partindo dos pontos de vista teóricos e empíricos com que esta pesquisa dialogou. Esses resultados partem de Porto Alegre, de Getafe, dos entrevistados, dos pesquisadores, da bibliografia, mas, entendemos, podem contribuir também em outros contextos.

### **Trabalhos passados**

O foco desta pesquisa não foi um levantamento bibliográfico criterioso e abrangente, de modo que cabe, aqui, reconhecer que há uma ampla base de conhecimento específica na área da Ciência da Informação sobre tais temas, como desinformação e pós-verdade, que permite a quem sobre ela se debruçar um entendimento riquíssimo sobre esses fenômenos. No contato realizado com fontes da área, pudemos perceber tanto o valor do que foi consultado como a amplitude do que não foi estudado. Esta amplitude é um convite a futuras investigações.

### **Trabalho futuros**

A intenção em uma pesquisa majoritariamente qualitativa com etapa bibliográfica e de campo limitadas era conhecer melhor e propôr discussões que envolvam o fenômeno estudado, nos locais e épocas em que foi realizada. O valor das conversas que pudemos ter com os estudantes e com os professores e investigadores que antecederam e viabilizaram as entrevistas é algo que vai ser levado nas nossas memórias e em eventuais futuras intenções de investigação.

### **Caixa de texto**

O que consumimos e o que produzimos em documento é difundido e acessado em caixas retangulares, talvez desde as tábuas de argila, passando pelos livros e hoje nas telas que emitem luzes e sons e captam movimentos, sons, toques, desenhos, localização. As “caixas de texto” que a humanidade inventou e utilizou potencializaram a comunicação, o alcance em espaço, tempo e pessoas. No final de 2022 foram divulgadas e se popularizaram caixas de texto onde escrevemos perguntas ou instruções sobre qualquer assunto e, em segundos, recuperamos um retorno informativo e completo como uma pequena fração da população do mundo poderia produzir em resposta ao nosso pedido. As inteligências artificiais gerativas podem ser acessadas em caixas retangulares como computadores e celulares. Ao acessá-las, podemos escrever, em caixa retangular de texto, um pedido a essa entidade detentora de uma “biblioteca” que nos impacta tanto quanto as “bibliotecas” disponibilizadas pelos motores de busca e suas caixas de texto retangular impactaram há pouco mais de 20 anos.

As intenções de pessoas ainda determinam o que vamos escrever em algumas caixas de texto. Quando intenções nos levaram a este projeto, caixas de texto foram preenchidas intencionalmente em e-mails, formulários de inscrição... As interfaces dos aplicativos de escrita são retangulares, respondem à metáfora das janelas e nos remetem a formatos não digitais de documentos e objetos. O artifício que nos fez criar inteligências não humanas é o mesmo que nos leva a perguntar sobre o mundo com o qual interagimos e que alteramos para melhorar nossa relação com ele e com as pessoas. Por que e como criamos essa parte do mundo? Que enquadramentos sociais, políticos, econômicos influem nessa (re)criação de mundo? Por que informamos e desinformamos do jeito que informamos e desinformamos? As formas retangulares ainda nos põem em contato com documentos (e, indiretamente, com pessoas criadoras de documentos), sejam eles tábuas de argila de milênios de idade ou uma mensagem efêmera de um conhecido num mensageiro digital. Seguimos interagindo com as caixas em busca de respostas – e de pessoas.

## REFERÊNCIAS

- ADEMA, J. 5. On Liquid Books and Fluid Humanities. *In: Living Books*. The MIT Press, 2021. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.7551/mitpress/11297.001.0001>
- AIDA (Marketing). *In: WIKIPÉDIA*, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2021. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/AIDA\\_\(marketing\)](https://en.wikipedia.org/wiki/AIDA_(marketing)). Acesso em: 21 jan. 2022.
- AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION - ALA. **Presidential Committee on Information Literacy: Final Report**. Washington, D.C., 1989. Disponível em: <https://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>. Acesso em: 6 abr. 2023.
- AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION - ALA. **A Progress Report on Information Literacy: An Update on the American Library Association Presidential Committee on Information Literacy: Final Report**. Washington, D.C., 1998. Disponível em: <https://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/progressreport>. Acesso em: 6 abr. 2023.
- ALTER, A. **Irresistível: por que você é viciado em tecnologia e como lidar com ela**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.
- ANTIVÍRUS 11 – Desinformação: conteúdo ou comportamento? Entrevistador: Francisco Brito Cruz e Mariana Valente. Entrevistada: Luiza Bandeira. *Podcast*. Publicado em 23 jul. 2020. Disponível em: <https://www.internetlab.org.br/pt/antivirus/antivirus-11-desinformacao-conteudo-ou-comportamento/>
- ARAÚJO, C. A. Á. Novos desafios epistemológicos para a ciência da informação. **Palavra Chave**, La Plata, v. 10, n. 2, p. e116–e116, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.24215/18539912e116>. Acesso em: 26 fev. 2023.
- ARAÚJO, C. A. Á. O fenômeno da desintermediação da informação no cenário da infodemia. XXI *Enancib*. Rio de Janeiro, 2021b. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxienancib/paper/viewFile/641/303> Acesso em: 30 mar. 2023.
- BARROSO TRISTAN, J. M. B. **Henry Giroux: The Necessity of Critical Pedagogy in Dark Times**. [S. l.], 2013. Disponível em: <https://truthout.org/articles/a-critical-interview-with-henry-giroux/>. Acesso em: 5 abr. 2023.
- BENTES, A. **Quase um tique: economia da atenção, vigilância e espetáculo em uma rede social**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2021. Disponível em: <http://www.editora.ufrj.br/DynamicItems/livrosabertos-1/quase-um-tique.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2022.
- BERRÍO-ZAPATA, C. *et al.* El paradigma de Comportamiento Informacional como alternativa para comprender los fenómenos informacionales en América Latina. *In: Revista Interamericana de Bibliotecología*, v. 39, n. 2, p. 133–147, 2016.
- BEZERRA, A. C. Teoria Crítica da Informação: proposta teórico-metodológica de integração entre os conceitos de regime de informação e competência crítica em informação. *In:*

BEZERRA, A. C. *et al.* **iKritika**: estudos críticos em informação. Rio de Janeiro, RJ : Garamond, 2019.

BEZERRA, A. C. Da teoria matemática para uma proposta de teoria crítica da informação: a integração dos conceitos de regime de informação e competência crítica em informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 25, n. 3, p. 182–201, 2020.

BEZERRA, A. C. From critical information literacy to a critical theory of information. **The International Review of Information Ethics**, v. 30, n. 1, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.29173/irie411>. Acesso em: 14 set. 2021.

BEZERRA, A. C.; ALMEIDA, M. A. de. Rage against the machine learning: a critical approach to the algorithmic mediation of information. **Brazilian Journal of Information Science: research trends**, v. 14, n. 2 Abr-Jun, p. 06–23, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2020.v14n2.02.p6>

BEZERRA, A. C.; BELONI, A. Os sentidos da “crítica” nos estudos de competência em informação. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p. 208–228, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1808-5245252.208-228>

BEZERRA, A. C.; SCHNEIDER, M. (Orgs.). **Competência crítica em informação**: teoria, consciência e práxis. Rio de Janeiro: IBICT, p. 189-202. 2022. Disponível em: <http://ridi.ibict.br/handle/123456789/1200>.

BORGES, J. Competências infocomunicacionais: estrutura conceitual e indicadores de avaliação. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 28, n. 1, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/38289>. Acesso em: 1 ago. 2020.

BORGES, J. **Participação política, internet e competências infocomunicacionais**: evidências a partir de organizações da sociedade civil de Salvador. Salvador : EDU-FBA, 2013. Disponível em: <http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/12637>

BORGES, J. Por que promover competências infocomunicacionais? *In*: BORGES, J; BRANDÃO, G; BARROS, S. S. **Educação para a Informação**: Como promover competências infocomunicacionais. Pimenta Cultural, 2022. Disponível em: [https://www.pimentacultural.com/files/ugd/18b7cd\\_6c013da16af744ea840394e01887342e.pdf](https://www.pimentacultural.com/files/ugd/18b7cd_6c013da16af744ea840394e01887342e.pdf). Acesso em: 8 set. 2022.

BORGES, J; BRANDÃO, G. Análise das competências infocomunicacionais a partir da metaliteracy: um estudo com arquivistas. **Ciência da Informação (Online)**, v. 45, p. 15-25, 2016. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/3798/3352>. Acesso em: 3 mar. 2020.

BORGES, J; OLIVEIRA, L. Competências infocomunicacionais em ambientes digitais. **Observatorio (OBS\*)**, v. 5, p. 291-326, 2011. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/508/460>. Acesso em: 7 abr. 2023.

BOYD, D. **You think you want media literacy... Do you?** Mar. 2018. Disponível em: <https://points.datasociety.net/you-think-you-want-media-literacy-do-you-7cad6af18ec2>.

Acesso em: 23 out 2018.

BRANDÃO, G. O que são competências infocomunicacionais? *In*: BORGES, J; BRANDÃO, G; BARROS, S. S. **Educação para a Informação**: Como promover competências infocomunicacionais. Pimenta Cultural, 2022. Disponível em: <https://www.pimentacultural.com/livro/educacao-informacao>. Acesso em: 11 ago. 2022.

BRASIL. **Marco Civil da Internet** (Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014). Brasília, DF, abr 2014. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2011-2014/2014/Lei/L12965.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12965.htm). Acesso em: 16 out 2018.

BRISOLA, A. COMPETÊNCIA CRÍTICA EM INFORMAÇÃO: **Anais do VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Cotidiano**: letramento e pensamento crítico em Comunicação, Informação e Educação, [s. l.], p. 8, 2021. Disponível em: [http://designnaleitura.net.br/8sipmc/files/gt2\\_035\\_18106.pdf](http://designnaleitura.net.br/8sipmc/files/gt2_035_18106.pdf). Acesso em: 27 mar. 2022.

BRISOLA, A. C. C de A. S. **Competência Crítica em Informação como Resistência à Sociedade da Desinformação sob um Olhar Freiriano**. Tese. Ibict, UFRJ. Rio de Janeiro, 2021b. Disponível em: [https://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/1165/1/BRISOLA\\_ANNA\\_TESE\\_A%20CCI%20como%20Resist%C3%Aancia.pdf](https://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/1165/1/BRISOLA_ANNA_TESE_A%20CCI%20como%20Resist%C3%Aancia.pdf).

BRISOLA, A.; DOYLE, A. Dois dedos de prosa sobre competência crítica em informação. *In*: **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.27, n. 2, p. 77-100, abr/jun 2022. Disponível em: <https://www.periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/40000>. Acesso em: 5 abr. 2023.

BRITO CRUZ, F.; FRAGOSO, N.; MASSARO, H. **Estratégias de proteção do debate democrático na internet**. São Paulo: InternetLab, 2020. Disponível em: [https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/07/il\\_policypaper2\\_estrategias-de-protecao\\_20200715.pdf](https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/07/il_policypaper2_estrategias-de-protecao_20200715.pdf)

BRUNO, F. *et al.* (org.). **Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem**. 1a edição ed. São Paulo, SP: Boitempo, 2018. (Coleção Estado de sítio).

BUCKLAND, M. K. **Information and society**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2017.

CALDEIRO-PEDREIRA, M.; AGUADED-GÓMEZ, I. Alfabetización comunicativa y competencia mediática en la sociedad hipercomunicada. **[RIDU]: Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria**. Lima, Perú. Jun. 2015 - Año 9 - Nro. 1. Disponível em: <http://revistas.upc.edu.pe/index.php/docencia/article/view/379>

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto & Contexto - Enfermagem**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679–684, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-07072006000400017>

CARR, N. **A grande mudança: reconectando o mundo, de Thomas Edison ao Google**. São Paulo: Landscape, 2008.

CARRO, Rodrigo. **Digital News Report - Urban Brazil**. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/brazil-2018/>. Acesso em: 18 de outubro de 2018.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (CETIC.BR). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2019**. Disponível em: <https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2019/individuos/C1/>

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (CETIC.BR). **Resumo Executivo - Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2020**. Publicado em novembro de 2021. Disponível em: [https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211124201505/resumo\\_executivo\\_tic\\_domicilios\\_2020.pdf](https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211124201505/resumo_executivo_tic_domicilios_2020.pdf)

CIBERATIVISMO. *In*: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2022. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ciberativismo>. Acesso em: 26 fev. 2023.

COMISSÃO EUROPEIA. **Flash Eurobarómetro 464: Notícias falsas e desinformação online**. Serviço das Publicações da União Europeia, 2018a. Disponível em: [https://data.europa.eu/data/datasets/s2183\\_464\\_eng?locale=pt](https://data.europa.eu/data/datasets/s2183_464_eng?locale=pt). Acesso em 6 de abril de 2023.

COMISSÃO EUROPEIA. **Fake news and disinformation online - Factsheets Spain – en**. Flash Eurobarometer 464, 2018b. Disponível em: <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=65704>. Acesso em: 6 de abril de 2023.

COMPETÊNCIAS InfoComunicacionais. *In*: **Wikipedia - a enciclopédia livre**. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Compet%C3%A2ncias\\_InfoComunicacionais](https://pt.wikipedia.org/wiki/Compet%C3%A2ncias_InfoComunicacionais). Acesso em 20 fev. 2020.

CRUZ JUNIOR, G. "Ver o que temos diante do nariz exige uma luta constante": a pós-verdade como desafio à educação na era digital. **ETD - Educação Temática Digital**, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 273–290, 2021. DOI: 10.20396/etd.v23i1.8656236. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/8656236>. Acesso em: 14 fev. 2023.

DAHL, Robert. **Poliarquia: Participação e Oposição**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

DALY, T. Digital Literacy: Access, Participation and Communication for the 'Non-Literate' in the New Digital Age. **LEARN, Journal of the Irish Learning Support Association**, Vol. 3, 2015, 115 – 137. Disponível em: <https://www.sess.ie/sites/default/files/Resources/ICT/Digital%20Literacy%20LEARN%20T%20Daly%202015.pdf>

DEDAVID, D.; BORGES, J. Desafios informacionais na era da convergência de gatekeepers: uma leitura a partir das competências infocomunicacionais e da competência crítica em informação. **XXII Enancib**. Porto Alegre, 2022. Disponível em:

<https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxienancib/paper/view/1055/0>. Acesso em: 15 abr. 2022.

ECONOMIA. In: **Michaelis Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. Editora Melhoramentos, 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/economia/>

EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA. In: WIKIPEDIA, LA ENCICLOPEDIA LIBRE. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Educaci%C3%B3n\\_Secundaria\\_Obligatoria&oldid=150351472](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Educaci%C3%B3n_Secundaria_Obligatoria&oldid=150351472). Acesso em: 21 abr. 2023.

EL MUNDO. **Fechas de las elecciones en españa 2023: cuándo son las elecciones autonómicas, municipales y generales**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://www.elmundo.es/como/2023/03/14/641098c121efa07d548b45ba.html>. Acesso em: 20 abr. 2023.

ENSINO FUNDAMENTAL NO BRASIL. In: WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Ensino\\_fundamental\\_no\\_Brasil&oldid=65043435](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Ensino_fundamental_no_Brasil&oldid=65043435). Acesso em: 21 abr. 2023.

FACEBOOK–CAMBRIDGE ANALYTICA DATA SCANDAL. In: WIKIPÉDIA, The Free Encyclopedia. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook%E2%80%93Cambridge\\_Analytica\\_data\\_scandal](https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook%E2%80%93Cambridge_Analytica_data_scandal). Acesso em: 23 fev. 2023.

FACT-CHECKING. In: WIKIPEDIA. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Fact-checking&oldid=1149767270>. Acesso em: 15 abr. 2023.

FAROL PODCAST. **Episódio 07: O que é Ciência da Informação? - Com Ívina Flores, Márcia Tavares e Renata Padilha**. 1 jul. 2020. Disponível em: <<https://anchor.fm/farol-podcast/episodes/O-que--Cincia-da-Info-mao---Com-vina-Flores--Mrcia-Tavares-e-Renata-Padilha---episodio-07-eg40tb>>. Acesso em: 2 ago. 2020.

FELITTI, G. **Cuidado para não virar o vovô Simpson gritando para nuvens**. 29 de agosto de 2019. Disponível em: <https://manualdousuario.net/podcast/tecnocracia-20/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

FELITTI, G. **O Brasil real não cabe nas discussões delirantes do Twitter**. 13 de agosto de 2020. Disponível em: <https://manualdousuario.net/podcast/tecnocracia-36/>. Acesso em: 2 set. 2020.

FLETCHER, R. **The Impact of Greater News Literacy**. Reuters Institute, 2018. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/the-impact-of-greater-news-literacy/>

FOLETTTO, L. Ressaca da Internet, espírito do tempo. **Outras Palavras**, 2018. Disponível em: <https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/ressaca-da-internet-espírito-do-tempo/>. Acesso em: 20 ago. 2020.

FREIRE, G. H. de A. O campo da Informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da**

**Informação e Biblioteconomia**, v. 15, n. 4, p.001 -007. João Pessoa, 2020. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/151939>. Acesso em: 28 abr. 2021.

FREIRE, P. **Pedagogia Da Autonomia: Saberes Necessários à Prática Educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

FREITAS, A. L. S. Conscientização. In: STRECK, D. R.; REDIN, E.; ZITKOSKI, J. (Org.). **Dicionário Paulo Freire**. 2. ed. rev. e amp. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

FRY, E. Super Bowl Ads Can't Save TV. **Yahoo News**, [s. l.], 23 jan. 2018. Disponível em: <https://www.yahoo.com/news/super-bowl-ads-t-save-140001244.html>. Acesso em: 15 abr. 2023.

G1. Escolas da rede pública atendem mais de 80% dos alunos do ensino fundamental e médio, aponta IBGE. **G1**, [s. l.], 15 jul. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2020/07/15/escolas-da-rede-publica-atendem-mais-de-80percent-dos-alunos-do-ensino-fundamental-e-medio-aponta-ibge.ghtml>. Acesso em: 21 abr. 2023.

GARCÍA-MARÍN, D.; SALVAT MARTINREY, G. Investigación sobre desinformación en España: Análisis de tendencias temáticas a partir de una revisión sistematizada de la literatura. **Fonseca, Journal of Communication**, [s. l.], n. 23, p. 199–225, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.14201/fjc202123199225>

GEERTZ, C. Os usos da diversidade. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 5, n. 10, p. 13–34, 1999. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-71831999000100002>

GHEDIN, R. **Meu Trabalho em Risco**. Manual do Usuário, 20 jan. 2023. Disponível em: <https://manualdousuario.net/chatgpt-trabalho-ludismo/>. Acesso em: 13 fev. 2023.

GHOSH, Pallab. **Warning sounded on web's future**. BBC News, 15 de setembro de 2008. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/7613201.stm>. Acesso em: 9 abr. 2022.

GIDDENS, A. **Sociologia**. Tradução: Ronaldo Cataldo Costa; revisão técnica: Fernando Coutinho Cotanda. - 6. ed. - Porto Alegre: Penso, 2012.

GOMES, S. F.; PENNA, J. C. B. de O.; ARROIO, A. Fake News Científicas: Percepção, Persuasão e Letramento. **Ciência & Educação**, v. 26. Bauru, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1516-731320200018>. Acesso em: 27 mar. 2022.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. As Ações de Informação e seus Contextos: aportes da pragmática ao campo investigativo da Ciência da Informação. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.30, n.4, p. 1-20. UFPB, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/article/view/57788>

GONZÁLEZ-CABAÑAS, J.; CUEVAS, A; CUEVAS, R.; LÓPEZ-FERNÁNDEZ, J.; GARCÍA, D. Unique on Facebook: Formulation and Evidence of (Nano)targeting Individual Users with non-PII Data. **ACM Internet Measurement Conference (IMC '21)**. Estados Unidos, novembro de 2021. Disponível em: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/33459>. Acesso em: 10 jul. 2022.

HAGUE, C; WILLIAMSON, B. **Digital participation, digital literacy and schools**. 2009. Disponível em:  
[http://www.curriculum.edu.au/leader/digital\\_participation,\\_digital\\_literacy\\_and\\_school,31055.html?issueID=12105](http://www.curriculum.edu.au/leader/digital_participation,_digital_literacy_and_school,31055.html?issueID=12105).

HARARI, Y. N. **Homo Deus: Uma breve história do amanhã**. Tradução: Paulo Geiger. 5ª Edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

HARARI, Y. N. **21 lições para o Século XXI**. Tradução: Paulo Geiger. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

HELLER, Bruna; JACOBI, Greison; BORGES, Jussara. Por uma compreensão da desinformação sob a perspectiva da Ciência da Informação. **Ciência da Informação** (ONLINE), v. 49, p. 1-30, maio/ago. 2020. Disponível em:  
<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/5196>. Acesso em: 11 fev. 2021.

HISTORY OF THE INTERNET. In: WIKIPEDIA. 2023. Disponível em:  
[https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=History\\_of\\_the\\_Internet&oldid=1150132525#1990%E2%80%93932003:\\_Rise\\_of\\_the\\_global\\_Internet,\\_Web\\_1.0](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=History_of_the_Internet&oldid=1150132525#1990%E2%80%93932003:_Rise_of_the_global_Internet,_Web_1.0). Acesso em: 27 abr. 2023.

HOHLFELDT, A. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. **Revista FAMECOS**. 4 (7): 42-51. Porto Alegre, 1997. Disponível em:  
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/download/2983/2265>. Acesso em: 13 fev. 2023.

HOWARTH, D. R. **Discourse**. Série Concepts in the Social Sciences. Buckingham, Inglaterra: Open University Press, 2000.

IBGE. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. **Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2016**. IBGE, 2018. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101543.pdf>

IBGE. **Educação 2017**. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016-2017. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101576\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101576_informativo.pdf)

IBICT. **Capital, trabalho e valor no século XXI**. Aula de encerramento do curso Ética da Informação. Ministrantes: Marcos Dantas (UFRJ) e Rodrigo Moreno Marques (UFMG). Anfitriões: Marco Schneider e Arthur Bezerra. PPGCI IBICT UFRJ. Disponível em: <http://escritos.ibict.br/capital-trabalho-e-valor-no-seculo-xxi/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

INFODEMIC. In: **Wikipedia, The Free Encyclopedia**. Flórida: Wikipedia Foundation, 2022. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Infodemic>. Acesso em 27 mar. 2022.

INFOXICAÇÃO: CONCEITO E COMO EVITÁ-LA. 2020. Disponível em:  
<https://online.pucrs.br/blog/public/infoxicacao-conceito-e-como-evita-la>. Acesso em: 11 abr. 2023.

INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION. **Measuring digital development:**

**Facts and Figures: Focus on Least Developed Countries.** [S. l.], 2022. Disponível em: [https://www.itu.int/hub/publication/d-ind-ict\\_mdd-2023/](https://www.itu.int/hub/publication/d-ind-ict_mdd-2023/). Acesso em: 26 abr. 2023.

INTERPASSIVITY. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Interpassivity>). Acesso em: 6 abr. 2023.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009a.

JENKINS, H. *et al.* **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century**. MIT Press, 2009b.

JORNADAS DE JUNHO. In: WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Jornadas\\_de\\_Junho&oldid=65179213](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Jornadas_de_Junho&oldid=65179213). Acesso em: 8 abr. 2023.

JORNALISMO INVESTIGATIVO. In: WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Jornalismo\\_investigativo&oldid=65691361](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Jornalismo_investigativo&oldid=65691361). Acesso em: 16 abr. 2023.

KUMAR, S. The algorithmic dance: YouTube's Adpocalypse and the gatekeeping of cultural content on digital platforms. **Internet Policy Review**, 8(2). 2019. <https://doi.org/10.14763/2019.2.1417>.

LEITE, S. M. Chega de mimimi e as armadilhas do jornalismo declaratório. In: Comentário da Semana. **ObjETHOS Observatório da Ética Jornalística**. 15 mar. 2021. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2021/03/15/chega-de-mimimi-e-as-armadilhas-do-jornalismo-declaratorio/>. Acesso em: 13 fev. 2023.

LORENZ-SPREEN, P. et al. How behavioural sciences can promote truth, autonomy and democratic discourse online. **Nature Human Behaviour**, v. 4, n. 11, p. 1102–1109, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0889-7>

MARX, K. **Crítica da Filosofia do Direito de Hegel**. Organizado por Bruno Torres, 2016. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/marx/1844/critica/introducao.htm>. Acesso em: 10 abr. 2023.

MARX, K. **Teses sobre Feuerbach (1845)**. Tradução: Álvaro Pina. 2003. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/marx/1845/tesfeuer.htm>. Acesso em: 10 abr. 2023.

MARX, P. **O futuro do transporte além do Vale do Silício: entrevista com Paris Marx**. Entrevistador: Rafael Grohmann. DigiLabour, 18 ago. 2022. Disponível em: <https://digilabour.com.br/o-futuro-do-transporte-alem-do-vale-do-silicio-entrevista-com-paris-marx/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

MARZAL, M. Á.; BORGES, J. A Tool For Assessing Multiliteracy In Higher Education. **Brazilian Journal of Information Science: Research Trends**. 13:4. 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/204526/001109719.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2023.

MILOVIC, M. **Comunidade da Diferença**. Ijuí, RS : Unijuí, 2004.

MOROZOV, E. Critique of Techno-Feudal Reason. *In: New Left Review*, [s. l.], n. 133/134, p. 89–126, 2022. Disponível em: <https://newleftreview.org/issues/ii133/articles/evgeny-morozov-critique-of-techno-feudal-reason>. Acesso em 6 de abril de 2023.

MOUSE TRACKING. *In: Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Flórida: Wikipedia Foundation, 2022. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Mouse\\_tracking](https://en.wikipedia.org/wiki/Mouse_tracking). Acesso em 27 mar. 2022.

NATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION. **The National Communication Association and the Digital Divide**. 2014. Disponível em: [https://www.natcom.org/sites/default/files/pages/2014\\_Public\\_Statements\\_Digital\\_Divide\\_Press\\_Kit\\_October.pdf](https://www.natcom.org/sites/default/files/pages/2014_Public_Statements_Digital_Divide_Press_Kit_October.pdf)

NEVES, B. C.; BORGES, J. Por que as Fake News têm espaço nas mídias sociais? : **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 30, n. 2, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2020v30n2.50410>. Acesso em: 29 set. 2021.

NEW BOOKS IN COMMUNICATIONS. **Geert Lovink, “Sad by Design: On Platform Nihilism”**. *Podcast*. 2022. Disponível em: <https://newbooksnetwork.com/sad-by-design>. Acesso em: 11 abr. 2023.

NEW BOOKS IN SOCIOLOGY: **Ori Schwarz, "Sociological Theory for Digital Society: The Codes That Bind Us Together" (Polity Press, 2021)**. Entrevistadora: Rituparna Patgiri. Entrevistado: Ori Schwarz. *Podcast*. Publicado em 16 de março de 2022. Disponível em: <https://newbooksnetwork.com/sociological-theory-for-digital-society>.

NEW BOOKS IN SOCIOLOGY: **Zoetanya Sujon, "The Social Media Age" (Sage, 2021)**. Entrevistador: Dave O'Brien. Entrevistada: Zoetanya Sujon. *Podcast*. Publicado em 18 de maio de 2021. Disponível em: <https://newbooksnetwork.com/zoetanya-sujon-the-social-media-age-sage-2021>.

NEW BOOKS IN TECHNOLOGY: Miguel Sicart, “Playing Software: **Homo Ludens in Computational Culture**”. Entrevistador: Rudolf Thomas Inderst. Entrevistado: Miguel Sicart. *Podcast*. Publicado em 8 de março de 2023. Disponível em: <https://newbooksnetwork.com/playing-software>.

NEW BOOKS NETWORK: **The Future of Data Control - A Discussion with Sarah Lamdan**. Entrevistador: Owen Bennett-Jones. Entrevistada: Sarah Lamdan. *Podcast*. Publicado em 15 de novembro de 2022. Disponível em: <https://newbooksnetwork.com/data-cartels>.

NEWMAN, N. **Overview and Key Findings of the 2018 Report**. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>

ONLINE ADVERTISING. *In: WIKIPEDIA*. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Online\\_advertising&oldid=1149131590](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Online_advertising&oldid=1149131590). Acesso em: 15 abr. 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Banco de informações sobre e-governo das

Nações Unidas. **E-Participation Index**. Disponível em:  
<https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/E-Participation>

OUR WORLD IN DATA. **Latin America has made huge improvements in literacy in the last century**. Disponível em: <https://ourworldindata.org/literacy#latin-america-has-made-huge-improvements-in-literacy-in-the-last-century>

PACHECO, L. M. S. Informação e contexto: uma análise arqueológica. Rio de Janeiro, 1992. Disponível em: <http://pantheon.ufrj.br/handle/11422/10988>. Acesso em: 28 maio 2023.

PASSARELLI, B.; GOMES, A. C. F. Transliteracias: A Terceira Onda Informacional nas Humanidades Digitais. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, v. 13, n. 1, p. 253-275, 6 fev. 2020. Disponível em:  
<https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/29527>. Acesso em: 20 fev. 2021.

POST-TRUTH POLITICS. *In: Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Flórida: Wikipedia Foundation, 2022. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Post-truth\\_politics](https://en.wikipedia.org/wiki/Post-truth_politics). Acesso em 27 mar. 2022.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico** : métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – UFRGS. **Área de concentração e Linhas de Pesquisa**. Porto Alegre, 201-?. Disponível em:  
<https://www.ufrgs.br/ppgcin/pesquisa/area-de-concentracao/>. Acesso em: 25 mar. 2022.

RATCLIFFE, S. **Edward O. Wilson**. *In: OXFORD REFERENCE*. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <http://doi.org/10.1093/acref/9780191826719.001.0001>. Acesso em: 8 abr. 2023.

RENDÓN ROJAS, Miguel. La Ciencia de la Información documental: una disciplina transdisciplinar. *In: MARQUES, Maria. Ciência da Informação: visões e tendências*. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1896-8>

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM, OXFORD UNIVERSITY. **Digital News Report 2018**. Disponível em:  
<http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM, OXFORD UNIVERSITY. **Digital News Report 2021**. Disponível em:  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf)

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM, OXFORD UNIVERSITY. **Digital News Report 2022**. Disponível em:  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf). Acesso em 14 fev. 2023.

REYERO, E. R.; MARTÍN, A. G. Desinformación e infoxicación, dos «falsos sinónimos» frente a la estrategia de información de la Comisión Europea. **Comunicación y Hombre**, [s.

l.], n. 17, p. 103–118, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.659.103-118>

RIBEIRO, V. M. Alfabetismo funcional: Referências conceituais e metodológicas para a pesquisa. **Educação & Sociedade**, ano XVIII, nº 60, dezembro/97. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v18n60/v18n60a8.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2021.

RUBIN, A. T. **Rocking qualitative social science: an irreverent guide to rigorous research**. Stanford, California: Stanford University Press, 2021.

SAFECAST. In: WIKIPEDIA. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Safecast>. Acesso em: 16 abr. 2023.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 32. ed. Rio de Janeiro: Record, 2021.

SCHENDES, W. **Mais um concorrente pro ChatGPT: Alibaba entra na briga dos chatbots**. Olhar Digital, 8 fev. 2023. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2023/02/08/internet-e-redes-sociais/mais-um-concorrente-pro-chatgpt-alibaba-entra-na-briga-dos-chatbots/>. Acesso em: 13 fev. 2023.

SCHNEIDER, Marco. CCI/7: Competência crítica em informação (em 7 níveis) como dispositivo de combate à pós-verdade. In: **iKritika: estudos críticos em informação**. Org: Arthur Coelho Bezerra, Marco Schneider, Ricardo Pimenta, Gustavo Saldanha. Garamond. Rio de Janeiro. 2019.

SEPARAÇÃO DE PODERES. In: WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. 2023. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Separa%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_Poderes&oldid=65220222](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Separa%C3%A7%C3%A3o_de_Poderes&oldid=65220222). Acesso em: 24 abr. 2023.

SILVA, D. de A. **PELO CELULAR E PELAS RUAS DE SALVADOR**: participação política de jovens e a relação com as competências infocomunicacionais. Salvador, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/36812>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SILVA, K. K. A. da; BEHAR, P. A. Competências digitais na educação: uma discussão acerca do conceito. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 35, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0102-4698209940>. Acesso em: 30 jul. 2020.

SOARES, J. *et al.* Glossário de conceitos infocomunicacionais. In: BORGES, J; BRANDÃO, G; BARROS, S. S. **Educação para a Informação**: Como promover competências infocomunicacionais. Pimenta Cultural, 2022.

SOFTWARE LIVRE. In: WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. [S. l.: s. n.], 2022. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Software\\_livre&oldid=64907925](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Software_livre&oldid=64907925). Acesso em: 11 abr. 2023.

SORJ, B. *et al.* **Guia Sobrevivendo nas Redes**. Editora Plataforma Democrática, 2018. Disponível em: [http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Sobrevivendo\\_nas\\_redes.pdf](http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Sobrevivendo_nas_redes.pdf). Acesso em: 21 fev. 2021.

SORJ, B. **Information Society and Digital Divides**. Monza: Polimetrica, 2008. Disponível em:  
[https://bernardosorj.org/wp-content/uploads/2021/01/Information Societies and Digital Divides\\_ebook.pdf](https://bernardosorj.org/wp-content/uploads/2021/01/Information_Societies_and_Digital_Divides_ebook.pdf). Acesso em: 21 fev. 2021.

RICHARD STALLMAN. **Glossary**. [S. l.], 2022. Disponível em:  
<https://stallman.org/glossary.html>. Acesso em: 10 abr. 2023.

TAVARES, R. Memória, medo e media. **Agora, agora e mais agora**. *Podcast*. Publicado em 15 de abril de 2020. Disponível em:  
<https://www.publico.pt/2020/04/15/sociedade/noticia/memoria-medo-media-1912493>.

THE CALIFORNIAN IDEOLOGY. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2021. Disponível em:  
[https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Californian\\_Ideology](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Californian_Ideology). Acesso em: 21 jan. 2022.

THE SOCIAL DILEMMA. In: WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. [S. l.: s. n.], 2021. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=The\\_Social\\_Dilemma&oldid=60219882](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=The_Social_Dilemma&oldid=60219882). Acesso em: 15 abr. 2023.

TOFFLER, A. **The Third Wave**. Nova Iorque: William Morrow, 1980.

TWITTER UNDER ELON MUSK. In: WIKIPEDIA. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em:  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter\\_under\\_Elon\\_Musk](https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter_under_Elon_Musk). Acesso em: 8 abr. 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Quantitativo de Alunos de Graduação - Dados Abertos - UFRGS. Porto Alegre, 18 fev. 2022. Disponível em:  
<https://dados.ufrgs.br/dataset/quantitativo-de-alunos-de-graduacao>. Acesso em: 28 mar. 2022.

VARA-MIGUEL, A. Infodemia y covid: gran preocupación social por los bulos de origen político. In: **Digital News Report España 2021**. Pamplona: Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. ISSN: 2792-8187. Disponível em:  
<https://www.digitalnewsreport.es/2021/infodemia-y-covid-gran-preocupacion-social-por-los-bulos-de-origen-politico/>. Acesso em: 11 ago. 2022.

VARA-MIGUEL, A. Se agrava la desconfianza de los españoles en las noticias. In: **Digital News Report España 2022** (p. 23-29). Pamplona: Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. ISSN: 2792-8187. Disponível em: <https://www.digitalnewsreport.es/2022/se-agrava-la-desconfianza-de-los-espanoles-en-las-noticias/>. Acesso em: 11 ago. 2022.

VIOLA, C. M. M. “Recuperando” Alfred Schütz para delineamento do julgamento de relevância na Ciência da Informação: análise do 4º nível da competência crítica em informação. In: BEZERRA, A. C.; SCHNEIDER, M. (Orgs.). **Competência crítica em informação: teoria, consciência e práxis**. Rio de Janeiro: IBICT, p. 189-202. 2022. Disponível em: <https://ridi.ibict.br/handle/123456789/1200>.

WEBER, M. H.; STUMPF, I. R. O debate retomado: conflitos e convergências entre comunicação e informação. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 11-27, set./dez. 2015.

DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201534.11-27>

WU, T. **The attention merchants: the epic scramble to get inside our heads**. Nova Iorque, EUA: Vintage Books, 2017.

ZANINI, D. Novo Ativismo Político: Participação Política na Questão Contemporânea. *In*: SILVA, T; BUCKSTEGGE, J; ROGEDO, P. (Orgs.). **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018.

ZUBOFF, S. **A Era do Capitalismo de Vigilância**: a Luta por um Futuro Humano na Nova Fronteira do Poder. Tradução: George Schlesinger. 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

ZUBOFF, S. *Big Other*: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. *In*: BRUNO, F. et al. (org.). **Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem**. 1a edição. São Paulo, SP: Boitempo, 2018.

ZUBOFF, S. Surveillance Capitalism or Democracy? The Death Match of Institutional Orders and the Politics of Knowledge in Our Information Civilization. **Organization Theory**, [s. l.], v. 3, n. 3, p. 26317877221129290, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/26317877221129290>