

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA
CURSO DE DOUTORADO

ANGELA PACHECO PIMENTA

**INFORMAÇÃO, RUÍDO E CIDADANIA NO AMBIENTE
DIGITAL: DESENVOLVIMENTO DE PROPOSTAS PARA
EDUCAÇÃO MIDIÁTICA E INFORMACIONAL VOLTADAS À
POPULAÇÃO EXTRAESCOLAR**

BAURU-SP

2026

ANGELA PACHECO PIMENTA

**INFORMATION, NOISE AND CITIZENSHIP IN THE DIGITAL
ENVIRONMENT: DEVELOPMENT OF PROPOSALS FOR MEDIA AND
INFORMATION LITERACY AIMED AT THE OUT-OF-SCHOOL
POPULATION**

**INFORMACIÓN, RUIDO Y CIUDADANÍA EN EL ESPACIO DIGITAL:
DESARROLLO DE PROPUESTAS DE EDUCACIÓN MEDIÁTICA E
INFORMACIONAL DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN EXTRA
ESCOLARIZADA**

**INFORMAÇÃO, RUÍDO E CIDADANIA NO AMBIENTE DIGITAL:
DESENVOLVIMENTO DE PROPOSTAS PARA EDUCAÇÃO
MIDIÁTICA E INFORMACIONAL VOLTADAS À POPULAÇÃO
EXTRAESCOLAR**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), como requisito para a obtenção do título de doutora em Mídia e Tecnologia sob a orientação da professora Ass. Angela Maria Grossi.

BAURU-SP

2026

Pimenta, Angela Pacheco.

Informação, ruído e cidadania no ambiente digital: desenvolvimento de propostas para alfabetização midiática e informacional voltadas à população extraescolar / Angela Pacheco Pimenta – Bauru, 2026

173 f.: il. 17

Tese (Doutorado)– Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientadora: Angela Maria Grossi

1. Alfabetização Midiática e Informacional (AMI). 2. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). 3. Desordem da Informação 4. Ciberespaço 5. População Extraescolar. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design II. Informação, ruído e cidadania no ambiente digital: desenvolvimento de propostas para educação midiática voltadas à população extraescolar.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp.

Dados fornecidos pelo autor(a).

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE ANGELA PACHECO PIMENTA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 26 de fevereiro de 2026, às 9h, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de ANGELA PACHECO PIMENTA, intitulada "INFORMAÇÃO, RUÍDO E CIDADANIA NO AMBIENTE DIGITAL: DESENVOLVIMENTO DE PROPOSTAS PARA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA VOLTADAS À POPULAÇÃO EXTRAESCOLAR". A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Associada ANGELA MARIA GROSSI (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Rádio Universitária Unesp - Bauru / UNESP / Reitoria - RUNESP, Professor Titular EUGÊNIO BUCCI (Participação Virtual) do(a) Departamento de Cultura e Informação da Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo, Professora Doutora CÁTIA SILENE CÂMARA LASSALVIA (Participação Virtual) do(a) Comunicação - Lapa Scipião / Senac SP, Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Professora Associada ANGELA MARIA GROSSI

IMPACTO POTENCIAL DA PESQUISA

A partir de sua proposta investigativa e dos resultados obtidos, esta tese de doutorado tem o potencial de produzir impacto em nível epistemológico e social. Em termos epistemológicos, alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) - 4 Educação de Qualidade, 10 Redução das Desigualdades -, da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), o trabalho aborda o necessário atendimento da população extraescolar de adultos e idosos brasileiros no tocante à alfabetização midiática e informacional (AMI). Também em termos de geração de conhecimento, ao analisar o fenômeno da desordem da informação no ciberespaço, seus aspectos cognitivos e socioemocionais, relacionando-os à polarização política e a questões de ordem identitária, o estudo propõe uma abordagem acadêmica multidisciplinar para lidar com a ameaça do espalhamento de conteúdos factualmente problemáticos e a consequente erosão da confiança em instituições democráticas. Em termos sociais, esta tese de doutorado fornece, a partir de suas conclusões, uma série de recomendações para subsidiar a formulação de políticas públicas de AMI, entre as quais se destacam a premência pelo caráter apartidário, colaborativo e socialmente inclusivo de tais iniciativas.

POTENTIAL IMPACT OF THE RESEARCH

Based on its investigative proposal and the results obtained, this doctoral thesis has the potential to produce an impact at the epistemological and social levels. In epistemological terms, aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs) -- 4 Quality Education, 10 Reduced Inequalities --, of the United Nations (UN) 2030 Agenda, the work addresses the necessary support for the out-of-school population of Brazilian adults and elderly with regard to media and information literacy (MIL). Also in terms of knowledge production, by analyzing the phenomenon of information disorder in cyberspace, its cognitive and socio-emotional aspects, and relating them to political polarization and identity issues, the study proposes a multidisciplinary academic approach to deal with the threat of the spread of factually problematic content and the consequent erosion of trust in democratic institutions. In terms of potential social impact, this doctoral thesis provides, based on its conclusions, a series of recommendations to support the formulation of MIL public policies, highlighting the urgency of non-partisanship, collaborative and socially inclusive nature of such initiatives.

IMPACTO POTENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

Con base en su propuesta investigativa y los resultados obtenidos, esta tesis doctoral tiene el potencial de generar un impacto a nivel epistemológico y social. En términos epistemológicos, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) - 4 Educación de calidad, 10 Reducción de las desigualdades -, de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas (ONU), el trabajo aborda el apoyo necesario para adultos y ancianos brasileños de la población no escolar en materia de alfabetización mediática e informacional (AMI). También en términos de generación de conocimiento, al analizar el fenómeno del desorden informativo en el ciberespacio, sus aspectos cognitivos y socioemocionales, y relacionarlos con la polarización política y las cuestiones de identidad, el estudio propone un enfoque académico multidisciplinario para enfrentar la amenaza de la propagación de contenidos fácticamente problemáticos y la consecuente erosión de la confianza en las instituciones democráticas. En términos de potencial impacto social, esta tesis doctoral aporta, a partir de sus conclusiones, una serie de recomendaciones para apoyar la formulación de políticas públicas de AMI, destacando la urgencia del carácter no partidario, colaborativo y socialmente inclusivo de dichas iniciativas.

ANGELA PACHECO PIMENTA

**INFORMAÇÃO, RUÍDO E CIDADANIA NO AMBIENTE DIGITAL:
DESENVOLVIMENTO DE PROPOSTAS PARA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA
VOLTADAS À POPULAÇÃO EXTRAESCOLAR**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), como requisito para a obtenção do título de doutora em Mídia e Tecnologia.

Área de Concentração: Ambientes Midiáticos e Tecnológicos Linha de Pesquisa 1:

Gestão Midiática e Tecnológica

Banca Examinadora

Profa. Dra. Angela Maria Grossi – Unesp Bauru (Orientadora)

Prof. Dr. Eugênio Bucci – ECA/USP
(Examinador)

Profa. Dra. Cátia Lassalvia – Senac/SP
(Examinadora)

Resultado: Aprovada

Bauru-SP, 26 de fevereiro de 2026.

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Eliane e Lermينو (*in memoriam*),
com quem aprendi o valor dos fatos, das emoções
e da alegria de viver.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Professora Angela Maria Grossi:

– Minha mais profunda gratidão pela amizade, generosidade, perspicácia intelectual, pelas valiosas recomendações e a gentileza ao longo desta jornada, mesmo em seus momentos mais incertos.

Ao querido amigo Francisco Rolfsen Belda:

– Por me apresentar ao Programa de Pós-Graduação de Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da Faac/Unesp, assim como pelo apoio e encorajamento irrestritos desde então.

Aos docentes do PPGMiT da Faac/Unesp, meus professores no doutorado:

- José Luís Bizelli (Produção, Divulgação e Avaliação Científica)
- Francisco Rolfsen Belda (Modelagem de Negócios, Processos e Produtos de Mídia Digital)
- Marcos Américo (Esporte, Mídia e Tecnologia)
- Juliano Maurício de Carvalho e Octavio Penna Pieranti (Políticas de Comunicação)

E também aos inúmeros colegas do doutorado:

– Pelo compartilhamento do saber, pelos questionamentos estimulantes e o convívio fraternal.

Aos docentes do Instituto de Psicologia e da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de S. Paulo:

- Wagner Pinheiro Pereira e Nelson da Silva Júnior (A Dimensão Psicológica dos Regimes Autoritários I - Psicologia das Massas, Liderança Carismática e Cultura da Mídia e A Dimensão Psicológica dos Regimes Autoritários II - Psicologia das Massas, Liderança Carismática e Cultura da Mídia)
- Marcio Moretto e Pablo Ortellado (Guerras Culturais e Polarização na Esfera Pública).

– Por me acolher como aluna especial, proporcionando assim conhecimentos fundamentais à construção deste trabalho.

Aos especialistas entrevistados:

- Adeline Hulin
- Alexandre Le Voci Sayad
- Claudemir Edson Viana
- Daniela Machado
- Gabriela Solgon
- Adriana Cybele Ferrari

– Pela disponibilidade, apreço, insights e necessárias correções de rumo.

Aos professores Juliano Maurício de Carvalho e Vivianne Lindsay Cardoso:

– Pelas recomendações, feitas durante a banca de qualificação, decisivas para a etapa final deste trabalho, especialmente no aprofundamento de questões relacionadas a aspectos cognitivos e socioemocionais da desinformação.

À Bárbara Morelli, Pedro Giusti e André Giusti:

– Pela ajuda preciosa na transcrição das entrevistas e no auxílio com a formatação.

Aos profissionais da Seção Técnica de Pós-Graduação da Faac/Unesp:

– Pelo apreço, cortesia e atenção para solucionar dúvidas expressas remotamente.

Finalmente, mas não menos importante, à minha mãe, Eliane, e à porção paulistana de nossa família – Virgínia, Marco Antonio, Pedro e André:

– Minha gratidão eterna pelo afeto, carinho e cuidado incondicionais.

*Uma vez que as guerras começam
nas mentes dos homens e das mulheres, é
nas mentes dos homens e das mulheres que
as defesas da paz devem ser construídas.*

Constituição da UNESCO

RESUMO

A partir do exame dos desafios associados ao fenômeno da desordem da desinformação e manipulação emocional de indivíduos adultos e idosos brasileiros conectados ao ciberespaço mas fora do ambiente escolar, esta tese problematiza os processos, estruturas e impactos da desordem informacional e de seus efeitos em usuários digitais brasileiros, com recorte em adultos e idosos que estejam fora do ambiente escolar. A tese também compila criticamente iniciativas já em curso de Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) focadas nesse público, com o objetivo final de mapear potencialidades e oferecer um arcabouço para futuras propostas multissetoriais de AMI. Baseada na Agenda 2030, o plano de ação global adotado pela Organização das Nações Unidas (ONU) com vistas ao cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a pesquisa adota uma metodologia quanti-qualitativa, de natureza descritiva, incluindo revisão bibliográfica e realização de entrevistas com especialistas em educação midiática. Os resultados indicam, de um lado, a existência de uma moldura teórica adequada de AMI, através de definições, objetivos, diretrizes e conteúdos pedagógicos formulados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Por outro, a pesquisa também aponta a ausência de recursos disponíveis em língua portuguesa e de iniciativas estruturadas neste campo para uma parcela expressiva da população brasileira, especialmente de estratégias educacionais focadas no domínio de competências e habilidades para lidar com os gatilhos emocionais de raiva e medo nas redes sociais. A investigação propõe uma abordagem multidisciplinar para o enfrentamento da desordem da informação no Brasil, incluindo os campos da comunicação, pedagogia, ciência política, psicologia e psiquiatria. As conclusões fundamentam vinte recomendações focadas em AMI para o segmento extraescolar da população e dirigidas às partes interessadas: a todo conjunto conjunto da sociedade, empresas tecnológicas, sociedade civil, diferentes níveis de governo, organizações midiáticas e organizações doadoras. Elas visam a navegação segura na internet e a convivência civilizada entre internautas com visões de mundo conflitantes.

Palavras-chave: Alfabetização Midiática e Informacional; Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis; Desordem da Informação; Ciberespaço; População Extraescolar.

ABSTRACT

Based on an examination of the challenges associated with the phenomenon of information disorder and emotional manipulation of Brazilian adults and elderly individuals of the out-of-school environment connected to cyberspace, this thesis examines the processes, structures, and impacts of informational disorder and its effects on Brazilian digital users, focusing on adults and the elderly who are outside the school environment. The thesis also critically compiles ongoing Media and Information Literacy (MIL) initiatives focused on this population, with the ultimate goal of mapping potential and offering a framework for future multi-sectoral MIL proposals. Aligned to the 2030 Agenda, the global action plan adopted by the United Nations (UN) focused on achieving the Sustainable Development Goals (SDGs), this research adopts a quantitative-qualitative methodology of a descriptive nature, including a literature review and interviews with experts in media literacy. The results indicate, on the one hand, the existence of an adequate theoretical framework for media literacy through definitions, objectives, guidelines, and pedagogical content formulated by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). On the other hand, the research also points to the lack of resources available in Portuguese and of structured initiatives in the field for this significant portion of the Brazilian population, especially educational strategies focused on mastering skills and to deal with the emotional triggers of anger and fear on social media. The research proposes a multidisciplinary approach to addressing information disorder in Brazil, including the fields of communication, pedagogy, political science, psychology, and psychiatry. The conclusions form the basis for twenty recommendations focused on MIL for the out-of-school segment of the population, directed at stakeholders: broader society, technology companies, civil society, different levels of government, media and donor organizations. They aim for the safe use of the internet and civilized coexistence among individuals with conflicting worldviews.

Keywords: Media and Information Literacy; Sustainable Development Goals; Information Disorder; Cyberspace, Out-of-school population.

RESUMEN

A partir del examen de los desafíos asociados al fenómeno del desorden informativo y la manipulación emocional de adultos y ancianos brasileños de la población no escolar conectados al ciberespacio, esta tesis examina los procesos, las estructuras y los impactos del desorden informacional y sus efectos en los usuarios digitales brasileños, centrándose en los adultos y las personas mayores que no pertenecen al ámbito escolar. Asimismo, recopila de forma crítica las iniciativas en curso de Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) dirigidas a esta población, con el objetivo final de identificar el potencial y ofrecer un marco para futuras propuestas multisectoriales de AMI. Basada en la Agenda 2030, el plano de acción global adoptado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con vistas al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la investigación adopta una metodología cuanti-cualitativa, de naturaleza descriptiva, incluida la revisión bibliográfica y la realización de entrevistas con especialistas en educación mediática. Los resultados indican, por un lado, la existencia de un marco teórico adecuado para la alfabetización mediática a través de definiciones, objetivos, directrices y contenidos pedagógicos formulados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Por otra parte, el estudio también apunta la ausencia de recursos disponibles en lengua portuguesa y de iniciativas estructuradas en este campo para una parcela expresiva de la población brasileña, especialmente de estrategias educativas enfocadas en el dominio de competencias y habilidades para lidiar con desencadenantes emocionales de ira y miedo en las redes sociales. La investigación propone un enfoque multidisciplinario para abordar el desorden informativo en Brasil, incluyendo los campos de la comunicación, la pedagogía, la ciencia política, la psicología y la psiquiatría. Las conclusiones forman la base de veinte recomendaciones centradas en la AMI para el segmento de la población no escolar y dirigidas a las partes interesadas: toda la sociedad, empresas de tecnología, sociedad civil, diferentes niveles de gobierno, organizaciones de medios de comunicación y organizaciones donantes. Su objetivo es lograr una navegación segura y una coexistencia civilizada entre usuarios de Internet con visiones del mundo conflictivas.

Palabras clave: Alfabetización mediática e informacional; Objetivos de Desarrollo Sostenible; Desorden informativo; Ciberespacio; Población no escolar.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras

Figura 1 – Três Tipos de Conteúdos da Desordem da Informação, segundo Wardle e Derakhshan	27
Figura 2 – Sete Tipos de Informação Factualmente Errada e de Desinformação	28
Figura 3 – Imagens de Humanóides Geradas pela Empresa Datagem com IAG	31
Figura 4 – As Três Fases da Desordem da Informação	31
Figura 5 – Diferenças e Pontos Comuns entre Atividades de Checagem e Verificação	38
Figura 6 – Diferenças na Confiança por Idade, Renda e Nível Educacional	41
Figura 7 – Principais Fatores para a Confiança nas Notícias	42
Figura 8 – Ilusão de Müller - Lyer	49
Figura 9 – Mapa de Visão de Mundo, segundo Gray	67
Figura 10 – Relações Conceituais entre Crenças, Valores e Declarações de Visão de Mundo, segundo Koltko-Rivera	68
Figura 11 – Modelo da Teoria da Política Moral, Baseado em Lakoff, sobre como os Paradigmas Familiares de Pai Rigoroso e de Pai Protetor se Traduzem em Visões de Mundo, Orientando Atitudes Políticas	74
Figura 12 – Mecanismos Psicológicos da Polarização Política, segundo Van Baar e FeldmanHall	76
Figura 13 – O Contexto (a Ecologia) da AMI: Noções da AMI	81
Figura 14 – AMI: uma Proposta de Matriz Conceitual segundo a UNESCO.	84
Figura 15 – Cinco Leis da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI)	85
Figura 16 – As Cinco Habilidades de Alfabetismo Funcional para o Inaf	90
Figura 17 – Série Histórica da Pesquisa Retratos da Leitura/ IPL	92
Figura 18 – Definições de Entretenimento - Educação, Merchandising Social e Edutretenimento	122

QUADROS

Quadro 1 – Exemplos de "Maus Argumentos" segundo Almossawi	52
Quadro 2 – Critérios de Verdade segundo Schwarz e Jalbert	54
Quadro 3 – Danos Causado ao Corpo Cívico pela Economia da Emoção	60
Quadro 4 – Áreas para Possíveis Soluções na Defesa do Corpo Cívico de Problemas Causados pela Economia da Atenção	62
Quadro 5 – Recursos Digitais e Iniciativas de AMI da UNESCO Relacionados à População Extraescolar	95
Quadro 6 – Resultados de Aprendizado e Competências Desejáveis de AMI do Currículo "Media and information literate citizens: think critically, click wisely!"	102
Quadro 7 – Diretrizes da UNESCO para ASE entre Comunidades e Iniciativas de Aprendizagem Inclusiva	108
Quadro 8 - Mensagens Centrais da UNESCO para AMI Relacionada à AIG	110

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
1.1 Objetivos	20
1.2 Materiais e Métodos	21
1.3 Organização da tese	22
2 A DESORDEM DA INFORMAÇÃO: CENÁRIO, CONCEITOS E PROPOSTAS	25
3 ASPECTOS COGNITIVOS E SOCIOEMOCIONAIS DA DESINFORMAÇÃO	44
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA, RECURSOS E INICIATIVAS DE AMI DISPONÍVEIS À POPULAÇÃO EXTRAESCOLAR	77
4.1 Caracterizando a população extraescolar conectada	85
4.2 UNESCO	91
4.3 Educomunicação (Abpeducom)	110
4.4 EJA	113
4.5 Bibliotecas	116
4.6 Radiodifusão	117
4.7 Organizações jornalísticas e financiamento via plataformas eletrônicas	121
4.8 Método SIFT	122
5 ANÁLISE E DISCUSSÃO	126
6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES PARA AMI NO AMBIENTE EXTRAESCOLAR	144
6.1 Recomendações	150
REFERÊNCIAS	155

1 INTRODUÇÃO

Esta tese de doutorado visa examinar os desafios associados à desinformação e à manipulação emocional junto a adultos e idosos brasileiros fora do ambiente escolar¹, assim como oferecer propostas relacionadas à Alfabetização Midiática e Informacional² (AMI) para esta parcela da população. Tais desafios constituem um sério risco ao exercício da cidadania para uma camada significativa da população, formada por milhões de brasileiros conectados à internet, ameaçando o cumprimento da Agenda 2030 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Metas Brasileiras (Ipea, 2018), o plano de ação global adotado pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2015, especificamente sobre as seguintes metas:

- Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 3: Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos em todas as idades;
- ODS 4: Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida e para todos;
- ODS 9: Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
- ODS 10: Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;
- ODS 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionando o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

Histórica mazela socioeconômica, o déficit educacional brasileiro não tem impedido ou tampouco desacelerado o acesso da maioria da população às Tecnologias da Informação e

¹ Ainda que não publique uma definição consolidada das diferentes faixas etárias, o IBGE tem segmentado a população brasileira nas seguintes faixas etárias: jovens (0 a 19 anos), adultos (20 a 59 anos) e idosos (60 anos ou mais). Em termos educacionais, especificamente para a Educação de Jovens e Adultos (EJA), o instituto considera jovens e adultos as pessoas de 15 anos ou mais que não frequentaram a escola na idade apropriada. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/criancas/voce-sabia/23032-educacao-de-jovens-e-adultos-eja.html>. Designamos, a propósito, o grupo de adultos e idosos não matriculados em instituições formais de ensino como a população extraescolar.

² O termo "alfabetização" empregado pela UNESCO é uma tradução literal da língua inglesa *literacy*, cuja versão para a língua portuguesa como "literacia," ou letramento, também tem-se difundido no ambiente acadêmico brasileiro. Uma vez que esta tese apoia-se, em grande medida, em diretrizes, recursos e iniciativas da UNESCO, optamos por empregar o termo AMI, ainda que reconheçamos que o termo "alfabetização" tenha sido empregado para designar, de forma autoritária, o projeto Movimento Brasileiro de Alfabetização (Mobral) durante a ditadura militar (1964-1985). A propósito, a UNESCO compreende a AMI não como uma definição fechada, mas como um conceito composto de habilidades que capacita as pessoas a acessar, analisar, avaliar e criar conteúdo midiático de forma crítica, ética e criativa. A AMI combina a alfabetização midiática (compreensão e avaliação da mídia) e a alfabetização informacional (acesso, uso e disseminação consciente da informação) (UNESCO, 2016, p. 13-16).

Comunicação (TIC). De acordo com a pesquisa TIC Domicílios 2025 (CGI.br, 2025), 86% dos brasileiros com dez anos ou mais (157 milhões)³, o maior número da série histórica, acessaram a internet nos três meses que antecederam o estudo. Para 65% da população conectada, o acesso individual à internet se dá exclusivamente pelo telefone celular. A pesquisa identificou desigualdades relacionadas à conectividade, em que o acesso exclusivo via celular é predominante entre as mulheres (64%), entre pretos (63%) e pardos (67%) e entre aqueles pertencentes às classes D/E (84%). A internet também está presente em 100% dos lares da classe A, mas em 73% das classes D/E. Vale registrar, entretanto, um aumento contínuo da conectividade entre este segmento, que era de 68% no levantamento anterior de 2024. A TIC Domicílios 2025 apontou também que 32% dos brasileiros conectados (50 milhões) já haviam utilizado ferramentas de inteligência artificial generativa (IAG), ou seja, de tecnologias que permitem a produção de conteúdos fabricados de imagem e voz de humanos. Como examinaremos a seguir, no capítulo 4, nossa pesquisa apoia-se no Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf) (Ação Educativa, Instituto Paulo Montenegro, 2001-2025) e na pesquisa Retratos da Leitura (IPL, 2024) para problematizar o déficit educacional no contexto digital.

Em compasso com o restante da população mundial conectada, o cenário brasileiro é marcado pela ausência de discernimento por parte de usuários da internet entre a realidade factual e informações falsas, um desafio que abrange temas como saúde pública e o meio-ambiente (Jcom, 2024). Tal desafio é agravado pelos chamados “gatilhos emocionais” relacionados, por sua vez, a sentimentos como a raiva e o medo, que contribuem para a criação e distribuição de conteúdos factualmente falsos. Note-se que os gatilhos emocionais atingem tanto a parcela da população já penalizada pelo déficit educacional como indivíduos com alto grau de instrução (Greifeneder, 2021). Ambos os grupos também encontram-se vulneráveis à polarização política, apontada como causa-raiz de uma série de ameaças ao regime democrático, como tentativas de desmoralização do processo eleitoral e de golpes de Estado (Carothers; O’Donohue, 2022). Trata-se, assim, de um cenário de alto risco, também associado a crises como pandemias e a eventos climáticos extremos causados ou exacerbados pelo fenômeno do aquecimento global, como secas, tempestades e inundações. Todos esses desafios

³ Segundo a TIC Domicílios 2025, se considerado o “conceito ampliado” do uso da internet, ou seja, incluindo usuários via celular e aqueles de aplicações que necessitam de conexão à internet, o número de brasileiros conectados sobe para 163 milhões de pessoas.

requerem a confiança do público em informações factualmente íntegras para a tomada de ações necessárias à mitigação efetiva de riscos.

A presente tese é aderente à Linha de Pesquisa 1 - Gestão Midiática e Tecnológica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia do Curso de Doutorado da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp) nos seguintes eixos temáticos: hipermídia, multiplataformas, linguagens e estéticas em tecnologias, narrativas audiovisuais, mídias sonoras e imagens em movimento.

Esta pesquisa tem como problema a seguinte **situação-problema**: os impactos negativos do fenômeno de criação e espalhamento de informações factualmente falsas junto à população de adultos e idosos brasileiros, sobretudo aqueles de baixa renda e baixo nível educacional, fora do ambiente escolar e conectados ao ciberespaço. Tais condições deixam-nos especialmente vulneráveis à produção e difusão de mentiras, informações incorretas e ao discurso de ódio na internet, distorcendo o debate público e, ameaçando, consequentemente, a democracia e o cumprimento da “Agenda 2030 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Metas Brasileiras” (Ipea, 2018).

Nossa tese busca debater e problematizar o fato de que no Brasil, as vulnerabilidades da população extraescolar adulta e idosa à desordem da informação não decorrem apenas da conjugação do déficit educacional e da desigualdade socioeconômica, mas da interação entre:

1. A arquitetura algorítmica das plataformas tecnológicas;
2. Limitações decorrentes do baixo nível de alfabetismo funcional de toda a população brasileira (provavelmente agudo entre nosso público-alvo) transpostas para o espaço digital;
3. Gatilhos socioemocionais (especialmente raiva e medo) amplificados por dinâmicas identitárias e polarização;

Logo, iniciativas de AMI efetivas para nosso público-alvo precisam integrar competências informacionais com a Aprendizagem Socioemocional⁴ e estratégias pedagógicas

⁴ A Aprendizagem Socioemocional, ou Socio and Emotional Literacy (SEL) no original em inglês, é um conceito incrementalmente adotado pela UNESCO ao longo da última década no âmbito do ODS 4, focado, por sua vez, na educação de qualidade e transformação do processo educacional. Ver também o capítulo 4.

projetadas segundo a metodologia do Design Centrado no Usuário⁵ (DCU), sob coordenação apartidária do Estado e através de arranjos multissetoriais.

Em termos de pressupostos, elencamos:

1. Mecanismo: Quanto maior a ativação dos sentimentos de raiva/medo em conteúdos de rede social, maior a probabilidade de reenvio dos mesmos e adesão acrítica, sobretudo quando há alinhamento identitário/polarização;
2. Lacuna prática: Os recursos existentes em português e no Brasil são insuficientes para enfrentar, de modo estruturado, a dimensão socioemocional da desinformação junto à população extraescolar;
3. Efetividade pedagógica: Intervenções de AMI que incluam o reconhecimento dos gatilhos emocionais associadas a rotinas focadas em etapas elementares de verificação tendem a alcançar melhores resultados em termos de julgamento e comportamento informacional do que intervenções meramente focadas em protocolos de checagem e verificação jornalística;
4. Governança: A efetividade e sustentabilidade de AMI extraescolar aumenta quando é concebida e formulada como política de Estado e executada em arranjos colaborativos multissetoriais (governo, sociedade civil, mídia, plataformas, bibliotecas);
5. Implementação: Sem a devida adaptação às necessidades de nosso público-alvo, via conceitos e processos de DCU, assim como a consideração às limitações impostas pelos déficits de alfabetismo funcional no ciberespaço, recursos e iniciativas pedagógicas tendem a falhar em seu escopo e na escala almejados.

O fenômeno e respectiva crítica do termo “notícias falsas” é introduzido como objeto de estudo no âmbito das organizações multilaterais por Wardle e Derakhshan (2017), em um trabalho pioneiro publicado um ano após a primeira eleição de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, em 2016, numa campanha eleitoral caracterizada pela polarização política e

⁵ O design centrado no usuário (DCU), ou user-centered design (UCD), no original em inglês, abrange conceitos e técnicas de design que priorizam o público-alvo de um projeto, colocando as necessidades, desejos e atitudes de tais indivíduos no centro de todo o processo, usando pesquisas, testes e feedback contínuos para criar e refinar soluções que sejam úteis, desejáveis, acessíveis e fáceis de usar. Nesse sentido, a desconsideração dos preceitos do DCU poderia trazer consequências negativas como a frustração e desinteresse dos usuários, baixa adoção da solução proposta e até mesmo sua rejeição. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design> e <https://www.interaction-design.org/literature/topics/don-norman#academia-5>

difusão em larga escala de falsidades no meio digital. Para os autores, o termo “notícias falsas” é vago, impreciso e foi cooptado por políticos que tentam atacar o trabalho jornalístico após a publicação de notícias percebidas como negativas a seus interesses. É, portanto, inadequado para tratar de um cenário melhor definido como “desordem da informação” e caracterizado pela produção, difusão e consumo no meio digital de uma variada gama de conteúdos factualmente problemáticos, entre os quais informação deliberadamente falsa e maliciosa, definida como desinformação. Assim, a desordem da informação compara-se à “poluição informacional em escala global”, trazendo implicações negativas como a distorção do debate público e o declínio na crença individual em evidências factuais.

Acrescentem-se a tais riscos os desafios tecnológicos advindos da difusão das tecnologias associadas à Inteligência Artificial (IA) e de crimes digitais. As inovações relativas à IA impõem, entre outras questões, dificuldades adicionais para a verificação da autenticidade de conteúdos e para a desaceleração da amplificação massiva de mensagens desinformativas (Suleiman; Bhaskar, 2023). Já os criminosos do ciberespaço valem-se da ingenuidade de internautas, muitos dos quais pertencentes à população extraescolar, para tentar aplicar golpes financeiros⁶. Logo, a demanda por AMI é urgente para o público-alvo deste trabalho.

1.1 Objetivos

Ainda que o cumprimento das 17 metas da Agenda 2030 seja altamente desafiador, com previsões pessimistas sobre seu alcance ao final da década de 2020⁷, a compreensão dos desafios a este propósito para a AMI voltada a adultos e idosos do ambiente extraescolar impõe-se como uma agenda prioritária tanto em nível nacional como mundial⁸. O projeto tem

⁶ Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/10/01/golpes-digitais-atingem-24-da-populacao-brasileira-revela-datasenado>

⁷ Segundo o VIII Relatório Luz da Sociedade Civil Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável, apenas 7,73% das metas aplicáveis ao Brasil tiveram progresso satisfatório em 2023. Segundo o relatório, “é grave que 40 metas retrocederam ou se mantiveram em retrocesso (23,8%), que 43 (25,59%) seguiram estagnadas; com 10 (5,95%) delas ameaçadas e com 04 (2,38%) sem dados para avaliação.” Disponível em: https://gtagenda2030.org.br/wp-content/uploads/2024/10/rl_2024_pt-web-completo_lowres.pdf

⁸ De acordo com a avaliação realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), o cumprimento no Brasil dos objetivos relacionados ao ODS 16, sobre a promoção de sociedades pacíficas e inclusivas, proporcionando o acesso à justiça, também é desafiador. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/ods/ods16_card.html

como objetivo geral, portanto, realizar a compilação crítica de iniciativas de AMI em curso no Brasil, focadas para o público extraescolar, com o objetivo final de mapear complexidades, lacunas, potencialidades e oferecer um arcabouço para futuras propostas multissetoriais aplicados de AMI. A fim de compreender a complexidade que a questão suscita, problematizam-se neste estudo os processos, estruturas e impactos da desordem informacional sobre este grupo, assim como a manipulação algorítmica de gatilhos

Já os objetivos específicos são:

- Caracterizar o público-alvo (população extraescolar) em seus aspectos socioeconômicos;
- Identificar fatores de natureza cognitiva e de natureza socioemocional e do fenômeno da polarização política relacionados à produção, distribuição e amplificação de conteúdos desinformativos e emocionalmente manipuladores;
- Identificar iniciativas e respectivos conteúdos disponíveis no âmbito da AMI para o ambiente extraescolar para o enfrentamento de conteúdos desinformativos como os de forte apelo emocional relacionados à raiva e ao medo;
- Formular recomendações para a AMI para adultos (pessoas entre 20 e 59 anos e idosos (pessoas com 60 anos ou mais) no ambiente extraescolar endereçadas às partes interessadas, notadamente à toda sociedade, à sociedade civil, diferentes níveis de governo, organizações midiáticas (inclusive veículos jornalísticos), empresas tecnológicas e organizações doadoras.

1.2 Materiais e Métodos

Do ponto de vista dos seus procedimentos, esta pesquisa é exploratória, de viés qualitativo, com uso de dados quantitativos provenientes de fontes secundárias, revisão bibliográfica e entrevistas. De natureza epistemológica interdisciplinar, guia-se por uma abordagem qualitativa que articula conceitos e técnicas provenientes dos campos da comunicação, educação, psicologia cognitiva, sociologia e TIC.

Assim, são previstos os seguintes procedimentos metodológicos de ação:

1. Compilação e leitura crítica da bibliografia selecionada;

2. Análise de conteúdos relacionados de AMI da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) alinhados à Agenda 2030;
3. Entrevistas com seis especialistas em AMI;
4. Análise e discussão;
5. Conclusões e desenvolvimento de recomendações relacionadas à AMI voltadas à população extraescolar de adultos e idosos a partir dos resultados obtidos nas atividades metodológicas anteriores.

Esta tese também emprega os seguintes softwares e ferramentas on-line como Google Workspace (E-mail, Docs, Planilhas e Apresentações), além do serviço de buscas on-line, tradução e alertas Google utilizados em atividades como a transcrição de entrevistas e buscas de resultados digitais, tais como hyperlinks e em pesquisas relacionadas aos temas em foco. O projeto também emprega os softwares da suíte Office Word e Excel. Para a transcrição de entrevistas, são utilizadas as ferramentas digitais Escriba e Turbo Scribe.

Esta investigação também apoia-se no serviço de tradução on-line Linguee e na pesquisa de publicações digitais (posts) em redes sociais como X, Facebook e Instagram, além de materiais provenientes do buscador Google e dos diretórios do Google Scholar e SciELO.

1.3 Organização da tese

Esta tese está organizada em seis capítulos, além desta introdução, de modo a conduzir o leitor por um percurso analítico que articula diagnóstico crítico, aprofundamento conceitual e formulação de proposições orientadas à ação. A estrutura do trabalho reflete a natureza interdisciplinar da pesquisa e sua contribuição original ao campo da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI), ao deslocar o foco predominante das abordagens escolares para a população extraescolar adulta e idosa, segmento historicamente atravessado pelo déficit educacional, pela desigualdade socioeconômica e por vulnerabilidades específicas no ambiente digital.

O segundo capítulo dedica-se à caracterização do fenômeno da desordem da informação no ambiente digital, situando seus principais conceitos, agentes e processos, bem como seus impactos sobre o debate público, a confiança social e o funcionamento das instituições democráticas. Com base em referências teóricas centrais, especialmente os trabalhos de Wardle e Derakhshan, o capítulo problematiza a imprecisão do termo “notícias falsas” e adota uma

moldura conceitual mais abrangente e analiticamente rigorosa. Ao discutir o papel das plataformas digitais, das dinâmicas algorítmicas e da amplificação de conteúdos emocionalmente carregados, estabelece-se o pano de fundo necessário para compreender os riscos contemporâneos à cidadania informacional.

O terceiro capítulo aprofunda essa discussão ao examinar os aspectos cognitivos e socioemocionais envolvidos na produção, circulação e consumo de conteúdos desinformativos. São analisados vieses cognitivos, gatilhos emocionais — com destaque para a raiva e o medo —, processos identitários e a polarização política, evidenciando como esses elementos se combinam e intensificam a vulnerabilidade informacional no ciberespaço. A contribuição central deste capítulo reside em demonstrar que a desordem da informação não pode ser compreendida apenas como um problema técnico ou informacional, mas como um fenômeno enraizado em dinâmicas psicológicas e sociais que limitam a eficácia de estratégias exclusivamente baseadas na checagem e verificação de fatos.

O quarto capítulo apresenta um levantamento sistemático e uma análise crítica dos recursos, iniciativas e políticas de Alfabetização Midiática e Informacional disponíveis para a população extraescolar, com especial atenção às diretrizes e materiais produzidos pela UNESCO. Além de caracterizar o público-alvo da pesquisa em seus aspectos socioeconômicos, educacionais e de acesso às tecnologias digitais, o capítulo incorpora de forma estruturante as entrevistas realizadas com especialistas em educação midiática. Esses depoimentos constituem uma contribuição empírica original da tese, ao articular a moldura teórica internacional com o contexto brasileiro e ao revelar, a partir da experiência prática dos entrevistados, lacunas relevantes na abordagem da dimensão socioemocional da desinformação e na adaptação das iniciativas de AMI às necessidades reais do público extraescolar.

O quinto capítulo é dedicado à análise e discussão integrada dos achados da pesquisa, resultantes tanto da revisão bibliográfica quanto das entrevistas com especialistas. Nesse momento, os dados empíricos são confrontados de maneira sistemática com o referencial teórico apresentado, evidenciando limites recorrentes das iniciativas existentes e confirmando a hipótese de que abordagens centradas exclusivamente em protocolos técnicos são insuficientes para enfrentar a desordem da informação em contextos de alta vulnerabilidade social e emocional. O capítulo consolida uma das principais contribuições analíticas da tese: a demonstração da necessidade de integrar competências informacionais, reconhecimento dos

gatilhos emocionais e estratégias pedagógicas sensíveis às limitações do alfabetismo funcional no ambiente digital.

Por fim, o sexto capítulo sistematiza os principais achados empíricos e teóricos da pesquisa, explicitando sua contribuição científica, reúne as conclusões da pesquisa e apresenta um conjunto articulado de recomendações voltadas ao desenvolvimento e à implementação de políticas, recursos e estratégias de Alfabetização Midiática e Informacional destinadas a adultos e idosos fora do ambiente escolar. Ao sistematizar os achados empíricos e teóricos do trabalho, este capítulo explicita a principal contribuição científica da tese: a demonstração de que o enfrentamento da desordem da informação junto à população extraescolar exige abordagens integradas, que articulem competências informacionais, reconhecimento dos gatilhos socioemocionais, estratégias pedagógicas sensíveis às limitações do alfabetismo funcional e modelos de governança baseados em arranjos colaborativos multissetoriais. Ao traduzir esse arcabouço analítico em recomendações concretas dirigidas ao Estado, à sociedade civil, às organizações midiáticas, às empresas tecnológicas e às organizações financiadoras, a tese avança o campo da AMI ao propor caminhos aplicáveis, socialmente inclusivos e alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030, contribuindo para o fortalecimento da cidadania, da confiança pública e da convivência democrática no ambiente digital.

A partir dessa moldura analítica, o capítulo seguinte inicia o percurso conceitual da tese ao examinar o fenômeno da desordem da informação em seus agentes, processos e impactos. Ao aprofundar os fundamentos teóricos que sustentam a pesquisa, o próximo capítulo estabelece as bases necessárias para compreender por que a circulação de conteúdos factualmente problemáticos e emocionalmente manipuladores constitui um risco estrutural à esfera pública e à democracia contemporânea.

2 A DESORDEM DA INFORMAÇÃO: CENÁRIO, CONCEITOS E PROPOSTAS

Este capítulo visa descrever o cenário de desordem da informação em seus agentes, processos e implicações negativas para o debate público e o regime democrático – e portanto, para o exercício da cidadania. Este capítulo visa também descrever em linhas gerais as propostas de mitigação do fenômeno recomendadas pela UNESCO.

Trabalho fundamental para a compreensão da natureza, causas e impactos de conteúdos factualmente problemáticos, o relatório “Information Disorder”, de Wardle e Derakhshan (2017) descreve o fenômeno da produção e espalhamento massivo destes conteúdos no ambiente digital, oferecendo, ainda, conceitos e propostas para o enfrentamento do problema. Para os autores, os conteúdos problemáticos mais populares são justamente os que atingem, engajam e manipulam as emoções:

O conteúdo problemático de maior ‘sucesso’ é aquele que manipula as emoções das pessoas, encorajando sentimentos de superioridade, raiva ou medo. Isso porque esses fatores impulsionam o compartilhamento entre pessoas que desejam se conectar com suas comunidades e “tribos” on-line. Quando a maioria das plataformas sociais são projetadas para que as pessoas ‘atuem’ publicamente por meio de curtidas, comentários ou compartilhamentos, é fácil entender por que o conteúdo emocional viaja tão rápida e amplamente, mesmo quando vemos uma explosão na verificação de fatos e de organizações dedicadas ao desmascaramento [de conteúdos problemáticos] (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 7 grifo dos autores)⁹.

Mundialmente popularizado e frequente até mesmo no ambiente acadêmico, além de vago e impreciso, o termo “notícias falsas,” uma tradução literal de “fake news”, é também comumente empregado por atores políticos que tentam atacar o trabalho de produtores de evidências factuais como cientistas e jornalistas, sobretudo após a publicação de informações factualmente verdadeiras percebidas como negativas aos interesses de tais indivíduos¹⁰. Segundo Wardle e Derakhshan (2017) o termo é inadequado para abordar um fenômeno melhor

⁹ “The most ‘successful’ of problematic content is that which plays on people’s emotions, encouraging feelings of superiority, anger or fear. That’s because these factors drive resharing among people who want to connect with their online communities and ‘tribes’. When most social platforms are engineered for people to publicly ‘perform’ through likes, comments or shares, it’s easy to understand why emotional content travels so quickly and widely, even as we see an explosion in fact-checking and debunking organizations”. Tradução livre da autora.

¹⁰ Wardle recomenda que, se utilizado, o termo “notícias falsas” seja grafado entre aspas. A propósito, nos Estados Unidos, Donald Trump, que não raro emprega o termo “notícias falsas”, chama jornalistas de “inimigos do povo”. Assim, segundo o jornal The Guardian, Trump ecoa o discurso totalitarista. Disponível em: <https://www.theguardian.com/us-news/2018/aug/03/trump-enemy-of-the-people-meaning-history>

definido como “desordem da informação”, caracterizado pela produção, difusão e consumo massivo de uma variada gama de conteúdos factualmente problemáticos no ciberespaço.

Figura 1 – Três Tipos de Conteúdos da Desordem da Informação, segundo Wardle e Derakhshan



Fonte: Reproduzido de Wardle e Derakhshan, 2017, p.5¹¹.

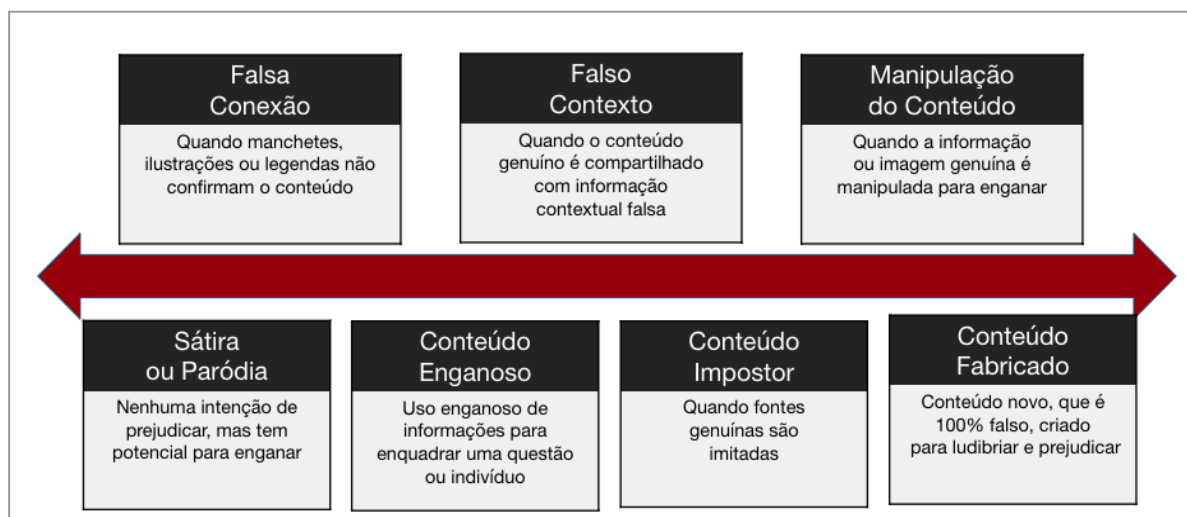
O estudo classifica os conteúdos considerados como parte do fenômeno tanto em relação à realidade fática quanto sobre a intenção da mensagem difundida. Assim, conforme o diagrama de Venn acima, os conteúdos factualmente falsos mas desprovidos da intenção de causar dano são chamados de informação incorreta (misinformation). Eles estão presentes, por exemplo, em parte das mensagens que visam desqualificar medidas sanitárias, como a vacinação. Já os conteúdos falsos e com intenção maliciosa são chamados de desinformação. Finalmente, os conteúdos factualmente genuínos mas também de natureza deliberadamente maliciosa são chamados de mal-informação. Logo, ataques cibernéticos baseados em vazamentos de dados pessoais, nas várias formas de assédio e insultos de cunho racista e

¹¹ Tradução para o português disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/desinformacao>.

sexual, entre outros, ainda que claramente daninhos, não são falsidades. Os autores acrescentam que intencionalidade na produção e difusão desses conteúdos demanda escrutínio, uma vez que produção e/ou espalhamento de conteúdos maliciosos estaria associada a ganhos políticos, e/ou financeiros, sociais e psicológicos.

A partir da distinção conceitual precisa, mas intrincada, abordando conteúdos problemáticos falsos, conteúdos problemáticos nocivos e a sobreposição formando a intersecção de parte de ambas categorias (campo da desinformação), Wardle (2017) concebeu uma matriz conceitual, incorporada ao relatório, com sete tipos de conteúdos com o potencial de enganar e, portanto, distorcer o debate público, em que mensagens factualmente adulteradas tentam ganhar os "corações e mentes" dos internautas.

Figura 2 – Sete Tipos de Informação Factualmente Errada e de Desinformação



Fonte: Reproduzido de Wardle e Derakhshan, 2017¹².

Em um segundo relatório posteriormente comissionado pela ONU a Wardle (2024), a pesquisadora fornece uma análise sobre os termos de discurso de ódio (pertencente ao tipo mal-informação), desinformação e informação incorreta, argumentando que estes três tipos de discurso podem ter efeitos cumulativos negativos, demandando assim definições claras tanto para fins epistêmicos como para a lei internacional. Em termos conceituais, a autora fornece as seguintes definições, ainda que reconheça que exemplos reais de conteúdo factualmente

¹² Publicado originalmente no artigo "Fake News". It 's Complicated" (Wardle, 2017). Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>. Tradução nossa.

problemático raramente se enquadram perfeitamente em categorias descritas teoricamente, ou se alinham integralmente à linguagem dos marcos legais:

Discurso de Ódio: é definido como ‘qualquer tipo de comunicação, seja por meio da fala, da escrita ou do comportamento, que ataque ou use linguagem pejorativa ou discriminatória em relação a uma pessoa ou grupo com base em quem eles são, ou seja, com base em sua religião, etnia, nacionalidade, raça, cor, descendência, gênero ou outro fator de identidade’.

Informação Incorreta: é definida como a disseminação não intencional de informações imprecisas, compartilhadas de boa-fé por aqueles que não sabem que estão transmitindo falsidades.

Desinformação: é definida como a disseminação intencional de informações imprecisas, com a intenção de enganar e compartilhadas com o objetivo de causar danos graves (Wardle, 2024, p. 4) ¹³.

À época da publicação do primeiro relatório, no final de 2017, o estágio de desenvolvimento das ferramentas da chamada Inteligência Artificial Generativa (IAG), de criação de conteúdos sintéticos de imagem e voz de humanos, ainda não permitia a produção de conteúdos falsos com alto grau de elaboração (*deepfakes*). Mas em 2023, imagens do Papa Francisco, ainda vivo à época, trajando um casaco branco de alta-costura inundaram a internet como um exemplo de conteúdo fabricado com ferramentas de IAG com a intenção de enganar.

Publicadas inicialmente em sites de discussão on-line, como o Reddit, as imagens teriam sido criadas com o uso do software Midjourney¹⁴, de produção de conteúdo sintético, ou seja, irreal, de voz e imagem. Personagens impostores e sintéticos agravam os sérios e múltiplos problemas impostos pela desordem da informação em termos de descrença nas instituições e regimes democráticos (Harari, 2024). Tais riscos aumentam de acordo com a popularização de recursos tecnológicos para a geração de personagens humanos – podendo, ou não, ter correspondentes reais – emitindo opiniões ou publicizando produtos e serviços.

Em meados de 2025, empresas tecnológicas como Adobe, Canva e Microsoft já ofereciam recursos gratuitos de alta qualidade gráfica para usuários brasileiros produzirem

¹³ “**Hate Speech:** is defined as any kind of communication in speech, writing or behaviour, that attacks or uses pejorative or discriminatory language with reference to a person or a group on the basis of who they are, in other words, based on their religion, ethnicity, nationality, race, colour, descent, gender or other identity factor.

Misinformation: is defined as the unintentional spread of inaccurate information shared in good faith by those unaware that they are passing on falsehoods.

Disinformation: is defined as the intentional spread of inaccurate information, intended to deceive and shared in order to do serious harm”. Tradução livre da autora. Disponível em: https://peacekeeping.un.org/sites/default/files/report_-_a_conceptual_analysis_of_the_overlaps_and_differences_between_hate_speech_misinformation_and_disinformation_june_2024_grupdate.pdf

¹⁴Disponível em: <https://www.cbsnews.com/news/pope-francis-puffer-jacket-fake-photos-deepfake-power-peril-of-ai/>. Para demais exemplos de conteúdos do ecossistema da informação, ver a página Desinformação do website Manual da Credibilidade. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/desinformacao>

imagens como avatares (alter-egos digitais) e personagens personalizados, à semelhança das personagens de histórias em quadrinhos¹⁵. Dada a rapidez da evolução tecnológica e sua crescente disponibilização para usuários do ciberespaço em nível mundial, o próximo estágio deste processo indica a criação de humanóides com precisão fotográfica, ou seja, sem correspondência na vida real, mas com alto grau de realismo e extensível ao formato de vídeo.

Segundo a MIT Technology Review (2021), desde o início da década de 2021, empresas como Datagen e Synthesis AI já eram capazes de gerar imagens de humanóides irreais com alto grau de realismo¹⁶. A implicação negativa deste avanço seria o aumento da descrença do público em atores do debate político e consequentemente nas instituições. De acordo com Harari, à semelhança dos riscos da emissão de moedas falsas, os riscos da descrença pública associados à criação de personagens humanos irreais são tão grandes que demandam a aprovação de leis¹⁷ para limitar a produção de figuras humanas irreais assim como a produção de programas sintéticos de computador, os chamados "fake bots".

Adicionalmente, as chamadas "alucinações" de IA, compreendidas como erros gerados por incorreções dos Grandes Modelos de Linguagem (LLM), mas publicadas como se fossem verdades factuais, também representam um sério risco no cenário da desinformação¹⁸, à medida que os chamados *chatbots* popularizam-se como recursos de busca e de pesquisa on-line, reduzindo o tráfego digital das fontes originais das informações¹⁹.

¹⁵ Disponível em: https://www.canva.com/pt_br/gerador-personagens-ia/
<https://create.microsoft.com/pt-br/features/ai-character-generator>
<https://www.adobe.com/br/products/firefly/discover/ai-character-generator.html>

¹⁶ Disponível em: <https://www.technologyreview.com/2021/06/11/1026135/ai-synthetic-data/>

¹⁷ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=MzpiZOSH_D0

¹⁸ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cv24066nkpqo>

¹⁹ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c0wwz4y49gro>

Figura 3 – Imagens de Humanóides Geradas pela Empresa Datagem com IAG



Fonte: Reproduzido de MIT Review, 2021.

Já em termos do processo de produção e transmissão de mensagens desinformativas, Wardle e Derakhshan (2017) detectam três fases:

- a) Criação;
- b) Reprodução (quando a mensagem torna-se, de fato, produto midiático);
- c) Distribuição (quando o produto é distribuído ou tornado público);

Graças a avanços tecnológicos, a aceleração do processo traz complicações adicionais à moderação de conteúdo.

Figura 4 – As Três Fases da Desordem da Informação



Fonte: Reproduzido de Wardle e Derakhshan, 2017, p. 6²⁰.

O estudo aponta a necessidade de se indicarem os elementos envolvidos nas três fases descritas acima (2017, p. 7-22):

- a) Agente: elemento que pode ser humano (sejam indivíduos ou organizações), os chamados robôs (*bots*) ou um agente de natureza híbrida (*cyborg*) a partir da atuação casada de indivíduos e *bots*;
- b) Mensagem: em seus aspectos como duração, precisão; legalidade, tipo de impostor (se algum) e público-alvo;
- c) Intérprete: o ator que recebeu o conteúdo em questão, assim como sua interpretação da mensagem e respectiva reação: de silêncio, compartilhamento em apoio ou em oposição

Wardle e Derakhshan (2017) também frisam a importância de se examinarem as motivações dos agentes da desordem da informação. Seus interesses em produzir e disseminar

Ainda segundo os autores, a mensagem factualmente problemática com maior propensão a viralizar seria justamente a que:

- 1) Provoca uma resposta emocional;
- 2) Tem forte componente visual;
- 3) Tem forte narrativa;
- 4) É repetida [não raro, à exaustão]

A partir da moldura conceitual abordando os tipos de conteúdo factualmente problemáticos, respectivas motivações, as fases do processo de publicação e amplificação desses conteúdos e os tipos de agente, os autores propõem uma análise do processo de consumo desses conteúdos:

Por último, precisamos analisar como a informação errada, a desinformação e a mal-informação são consumidas, interpretadas e postas em prática. Elas estão sendo compartilhadas novamente conforme pretendido pelo agente [produtor] original? Ou estão sendo compartilhadas novamente com uma mensagem de oposição anexada? Esses rumores continuam a circular on-line ou passam do [ambiente] off-line para conversas pessoais, que são difíceis de capturar? (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 7)²¹

²⁰ Tradução nossa.

²¹ “Finally, we need to examine how mis-, dis- and mal-information are being consumed, interpreted and acted upon. Are they being re-shared as the original agent intended? Or are they being re-shared with an oppositional message attached? Are these rumours continuing to travel online, or do they move offline into personal conversations, which are difficult to capture?” Tradução livre da autora.

Altamente relevantes para o estudo da desordem da informação, suas causas são abordadas em profundidade no relatório. Dizem respeito, em grande medida, a aspectos socioemocionais (tema do próximo capítulo deste trabalho). A propósito, Wardle e Derakhshan (2017) afirmam embasar sua investigação na obra do filósofo da comunicação James Carey, para quem é fundamental reconhecer a função ritualística da comunicação. De acordo com Carey (2022), a comunicação não seria apenas um processo mecânico de transmissão de informação, mas uma habilidade humana crucial na representação de crenças compartilhadas. Assim, a comunicação não é apenas informação, mas drama: "um retrato das forças conflitantes do mundo".

À época da publicação do relatório, o fenômeno de fragmentação do ecossistema midiático digital já se esboçava como sério risco associado ao cenário informacional. A esse respeito, o relatório aborda os chamados "filtros bolha" e "câmaras de eco", conceitos por sua vez cunhados pelo escritor e ativista Eli Pariser (2012). Segundo o relatório, através do perfilamento algorítmico de usuários, as plataformas tecnológicas e seus recursos de customização de conteúdo acionados pelos próprios internautas estariam limitando radicalmente o escopo do conteúdo digital acessado (e também compartilhado), gerando isolamento intelectual e social – as bolhas – num ambiente caracterizado pela aversão ao contraditório e, logo, de aumento da polarização pelo isolamento em grupos identitários e reforço acrítico de visões de mundo afins, via compartilhamentos, curtidas e *likes*:

O problema fundamental é que os ‘filtros bolha’ pioram a polarização, nos permitindo viver nas nossas próprias câmaras de eco on-line e deixando-nos apenas com opiniões que validam, em vez de desafiar, as nossas próprias ideias. Embora o viés de confirmação ocorra off-line e o termo ‘exposição seletiva’ tenha sido utilizado por cientistas sociais durante décadas para descrever como os que buscam informação utilizam apenas determinadas fontes que partilham os seus pontos de vista, os meios de comunicação social são concebidos para tirar partido deste preconceito inato (Pariser, 2011, p. 50)²².

Além de fornecer uma chave teórica e discutir as implicações socioculturais da desordem da informação, os autores responsabilizam tanto organizações midiáticas (inclusive jornalísticas) quanto as plataformas na popularização de conteúdos tóxicos que se viralizam:

²² “The fundamental problem is that ‘filter bubbles’ worsen polarization by allowing us to live in our own online echo chambers and leaving us with only opinions that validate, rather than challenge, our own ideas. While confirmation bias occurs offline and the term ‘selective exposure’ has been used by social scientists for decades to describe how information seekers use only certain sources that share their views, social media are designed to take advantage of this innate bias”. Tradução livre da autora.

O papel da grande mídia como agentes na amplificação (intencionalmente ou não) de conteúdos fabricados ou enganosos é crucial para a compreensão da desordem da informação. A verificação de fatos sempre foi fundamental para o jornalismo de qualidade, mas as técnicas utilizadas pelos fraudadores e os que tentam disseminar desinformação nunca foram tão sofisticadas. Com as redações contando cada vez mais com a web social para ideias e conteúdo de matérias, as habilidades de verificação forense e a capacidade de identificar redes de sites jornalísticos falsos e *bots* são mais importantes do que nunca (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 25)²³.

Ao concluírem o relatório, Wardle e Derakhshan (2017) fazem 34 recomendações para o enfrentamento da desordem da informação, abrangendo fenômenos associados, como os chamado “filtros bolhas” – estado de isolamento intelectual – e “câmaras de eco”²⁴ – ambientes em que os participantes apenas encontram crenças que reproduzem ou reforçam as suas próprias – e também para ferramentas como os aplicativos de mensagens. Os autores antevêm implicações da IA na produção e desmascaramento de conteúdos desinformativos. As recomendações são dirigidas às partes interessadas: plataformas tecnológicas, governos, organizações midiáticas (inclusive jornalísticas), sociedade civil e organismos de financiamento. Além de medidas voltadas às plataformas – como aumento da transparência e eliminação de incentivos financeiros para os produtores de desinformação – o combate à desordem da informação requer iniciativas transversais. Destacamos as relacionadas à AMI:

O que as organizações midiáticas poderiam fazer? [...]

- Produzir mais segmentos e matérias sobre o consumo crítico de informação. Os veículos de comunicação devem produzir mais segmentos e matérias que ensinem o público a ser crítico em relação ao conteúdo que consomem. Ao escreverem desmascaramentos, devem explicar ao público como o processo de verificação foi realizado. [...]
- Contar histórias sobre a escala e a ameaça representada pela desordem da informação. As organizações de notícias e mídia têm a responsabilidade de educar o público sobre a escala da poluição da informação em todo o mundo e as implicações que a sociedade enfrenta por causa disso, em termos de minar a confiança nas instituições, ameaçar os princípios democráticos e inflamar divisões baseadas em nacionalismo, religião, etnia, raça, classe, sexualidade ou gênero. [...]

O que a sociedade civil poderia fazer?

- Educar o público sobre a ameaça da desordem informacional. É necessário educar as pessoas sobre as técnicas de persuasão utilizadas por aqueles que disseminam

²³ “The role of the mainstream media as agents in amplifying (intentionally or not) fabricated or misleading content is crucial to understanding information disorder. Fact-checking has always been fundamental to quality journalism, but the techniques used by hoaxers and those attempting to disseminate dis-information have never been this sophisticated. With newsrooms increasingly relying on the social web for story ideas and content, forensic verification skills and the ability to identify networks of fabricated news websites and bots is more important than ever before”. Tradução livre da autora.

²⁴ Definições de “filtros bolha” e de “câmaras de eco” disponíveis, respectivamente, em: https://en.wikipedia.org/wiki/Filter_bubble; [https://en.wikipedia.org/wiki/Echo_chamber_\(media\)#](https://en.wikipedia.org/wiki/Echo_chamber_(media)#)

desinformação e mal-informação, bem como sobre os riscos da desordem informacional para a sociedade, ou seja, semear a desconfiança nas fontes oficiais e dividir partidos políticos, religiões, raças e classes. [...]

O que os ministérios da Educação poderiam fazer?

- Trabalhar internacionalmente para criar um currículo padronizado de alfabetização jornalística. Esse currículo deve ser para todas as idades, baseado nas melhores práticas e focar em habilidades de pesquisa adaptáveis, avaliação crítica de fontes de informação, a influência da emoção no pensamento crítico e o funcionamento interno e as implicações de algoritmos e inteligência artificial.
 - Trabalhar com bibliotecas. As bibliotecas são uma das poucas instituições onde a confiança não diminuiu e, para pessoas que não estão mais em educação em tempo integral, elas são um recurso essencial para o ensino das habilidades necessárias para navegar no ecossistema digital. Devemos garantir que as comunidades possam acessar notícias e materiais de alfabetização digital online e offline por meio de suas bibliotecas locais (Council of Europe, 2017, p. 81-85)²⁵.

Para Wardle (Pimenta, 2017), o combate à desinformação é como “varrer as ruas”: trata-se de uma tarefa urgente, mas com resultados de longo prazo, em grande medida devido a

²⁵ **What could media organisations do? [...]**

- Produce more segments and features about critical information consumption. The news media should produce more segments and features which teach audiences how to be critical of content they consume. When they write debunks, they should explain to the audience how the process of verification was undertaken. [...]
- Tell stories about the scale and threat posed by information disorder. News and media organisations have a responsibility to educate audiences about the scale of information pollution worldwide, and the implications society faces because of it, in terms of undermining trust in institutions, threatening democratic principles, inflaming divisions based on nationalism, religion, ethnicity, race, class, sexuality or gender. [...]

What could civil society do?

- Educate the public about the threat of information disorder. There is a need to educate people about the persuasive techniques that are used by those spreading dis- and mal-information, as well as a need to educate people about the risks of information disorder to society, i.e., sowing distrust in official sources and dividing political parties, religions, races and classes. [...]

What could education ministries do?

- Work internationally to create a standardized news literacy curriculum. Such a curriculum should be for all ages, based on best practices, and focus on adaptable research skills, critical assessment of information sources, the influence of emotion on critical thinking and the inner workings and implications of algorithms and artificial intelligence.
- Work with libraries. Libraries are one of the few institutions where trust has not declined, and for people no longer in full time education, they are a critical resource for teaching the skills required for navigating the digital ecosystem. We must ensure communities can access both online and offline news and digital literacy materials via their local libraries.

Tradução livre da autora.

fatores psicossociais²⁶. A formulação de propostas deste trabalho inspira-se, em grande medida, na abordagem de Wardle e Derakhshan (2017) para o enfrentamento do problema através de estratégias articuladas, pensadas para o público-alvo, mas capazes de beneficiar todos os segmentos da população conectada. As propostas dos autores são focadas em três aspectos enfatizados em suas recomendações, das quais citamos as diretamente relacionadas à AMI, que também abordamos a seguir, junto de mais dois temas relevantes: checagem e verificação de fatos; e credibilidade jornalística.

a) **AMI:**

Wardle e Derakhshan (2017, p. 48) observam que é fundamental que as iniciativas de AMI incluam discussões sobre como superar a tendência humana de buscar informação que apoie nossa visão de mundo e as chamadas “identificações tribais,” combatendo, assim, o viés de confirmação²⁷. Um segundo componente básico é o questionamento da informação que visa produzir resposta emocional (Council of Europe, 2017, p. 48). Já em termos de iniciativas relacionadas à AMI em língua inglesa, o relatório cita o News Literacy Project²⁸ (NLP), o Stonybrook Center for News Literacy (instituição formadora de professores da universidade sediada em Long Island, no estado de Nova York) e a Universidade de Hong Kong (parceira do Stonybrook Center na Ásia) como “líderes em melhores práticas nessa área,” salientando a necessidade de avaliação das melhores abordagens para o ensino da AMI a fim de se criar um currículo padrão (Council of Europe, 2017, p. 70).

A propósito, a UNESCO lançou três publicações²⁹ que tratam da padronização de currículos escolares de AMI seguindo as diretrizes da organização. Entre elas, “Jornalismo,

²⁶ Disponível em:

<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/credibilidade/claire-wardle-combater-desinformacao-e-como-varrer-as-ruas/>

²⁷ O viés de confirmação é definido como “é a tendência de se lembrar, interpretar ou pesquisar por informações de maneira a confirmar crenças ou

iniciais”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Vi%C3%A9s_de_confirma%C3%A7%C3%A3o

²⁸ Disponível em <https://newslit.org/>. No Brasil, o projeto Educamídia, do Instituto Palavra Aberta, oferece planos de aula baseados no NLP.

²⁹ Publicadas originalmente em inglês e ainda não traduzidas para o português, as edições são “Global Standards for Media and Information Literacy Development Guidelines”. Esta publicação condensa as diretrizes da organização apresentadas no capítulo 1 desta tese, sendo focada no público escolar. Disponível em: https://www.UNESCO.org/sites/default/files/medias/files/2022/02/Global%20Standards%20for%20Media%20and%20Information%20Literacy%20Curricula%20Development%20Guidelines_EN.pdf. “Media and information literate citizens: think critically, click wisely!”, é título recomendado a nós pela UNESCO que avaliamos no capítulo 4. Disponível em: <https://unesdoc.UNESCO.org/ark:/48223/pf0000377068>.

‘fake news’ & desinformação - manual para educação e treinamento em jornalismo” (UNESCO, 2018) aborda temas centrais para a AMI no ambiente extraescolar. Além de incorporar o arcabouço teórico de Wardle e Derakhshan (2017), o livro destaca o conceito de verdade factual e da confiança como fundamentos democráticos, discorre sobre o papel do jornalismo na democracia, além de abordar a revolução digital e seus efeitos adversos. O manual propõe também atividades pedagógicas que ajudem jornalistas e estudantes de jornalismo a reconhecer e a distinguir, de um lado, o jornalismo, e do outro, a informação que finge ser jornalismo, a fim de não serem manipulados pela desinformação³⁰.

b) Checagem e verificação de fatos:

Apesar de seu escopo limitado, pois ambas atividades são focadas em conteúdos objetivamente verificáveis, a checagem e verificação de fatos são um elemento fundamental da AMI e da atividade jornalística. Segundo o pesquisador Alexios Mantzarlis, ex-diretor da Rede Internacional de Checagem de Fatos (IFCN), um projeto do Poynter Institute, e co-autor do manual "Jornalismo, 'fake news' & desinformação" (UNESCO, 2018,) o diagrama³¹ abaixo define o objeto, as diferenças e pontos comuns da checagem e da verificação de fatos. Em termos gerais, enquanto a checagem examina alegações produzidas por fontes oficiais, como personagens políticos, a verificação dedica-se a analisar alegações produzidas por fontes não oficiais, como o conteúdo criado por usuários de redes sociais, o chamado UGC (*User Generated Content*). Mas o objetivo da checagem e da verificação de fatos é o mesmo: desmascarar falsidades, sobretudo virais. Para Mantzarlis (2018, p. 88), ambas atividades se justificam porque de políticos a profissionais de marketing e publicidade “todos os que procuram convencer os outros têm um incentivo para distorcer, exagerar ou ofuscar os fatos”. A fim de se determinar a realidade factual, a checagem e a verificação de fatos contam, portanto, com métodos para analisar alegações verificáveis, “avaliando as evidências de forma crítica, de acordo com normas e padrões éticos”.

Em janeiro de 2025, a Meta, grupo controlador das redes sociais Facebook e Instagram, além do aplicativo de mensagens WhatsApp, anunciou que deixaria de realizar e financiar

³⁰ O manual da ONU propõe, ainda, atividades relacionadas à checagem de fatos e à valorização da credibilidade jornalística, citando The Trust Project como “uma das mais importantes iniciativas de padrões técnicos para organizações jornalísticas”. A autora desta tese de doutorado é co-líder do Trust Project no Brasil. Disponível em: <https://thetrustproject.org/>

³¹ Disponível em: <https://unesdoc.UNESCO.org/ark:/48223/pf0000368647>.

atividades³² relacionadas à checagem de fatos, alegando, segundo o fundador e presidente-executivo da empresa, Mark Zuckerberg, supostos excessos nessas atividades que coibiriam a “liberdade de expressão”. No âmbito da AMI, a decisão indica a importância da inclusão de conteúdo relativo a princípios e práticas para a distinção entre os fatos e demais tipos de informação em iniciativas relacionadas à educação midiática tanto para a população escolar quanto extraescolar.

Figura 5 – Diferenças e Pontos Comuns entre Atividades de Checagem e Verificação



Fonte: Reproduzido de UNESCO, 2018, p.90³³

Essenciais para a checagem e a verificação de fatos, as nuances e limitações do conceito de fato trazem importantes implicações epistemológicas abordadas por Mantzarlis. Segundo ele, cabe aos instrutores de AMI discutir a questão dos vieses intrínsecos às duas atividades:

Ao mesmo tempo, seria absurdamente simplista sugerir que os fatos são caracterizações perfeitas do mundo e que os seres humanos são seres inteiramente racionais que incorporam novos fatos sem falhas, independentemente de crenças e

³²

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2025/01/meta-elimina-checagem-e-ataca-decisoes-secretas-de-tribunais-da-america-latina.shtml>. Após um pedido de explicações da Advocacia Geral da União (AGU) sobre o impacto da nova política da empresa sobre o Brasil, a Meta respondeu que "por enquanto" as medidas novas medidas se restringem aos Estados Unidos. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/01/14/veja-detalhes-da-resposta-da-meta-a-agu.ghtml>

³³ Tradução nossa.

preferências pessoais anteriores. Cada um de nós vem com preconceitos cognitivos e outros – essencialmente obstáculos mentais – que podem atrapalhar a absorção de novas informações factuais. É essencial ressaltar que isso não é algo que acontece apenas com outras pessoas, acontece com todos nós (UNESCO, 2018, p. 90).

A questão suscita uma digressão teórica sobre o tema da realidade versus subjetividade, tópico essencial para a ciência, a política e, portanto, também para o jornalismo e a AMI. Conforme Seth (Scientific American, 2019, p. 42) a realidade que experienciamos não é um reflexo direto de um mundo externo objetivo, mas uma construção mental: “se meu cérebro é diferente do seu cérebro, minha realidade também pode ser diferente da sua”³⁴. Por outro lado, para Arendt (1968) o conceito de realidade será impotente no âmbito público se os fatos estiverem em disputa. Em seu clássico artigo “Verdade e Política”, editado como parte da coletânea “Entre o Passado e o Futuro”, Arendt sustenta que ao adentrar a praça pública, a verdade filosófica altera sua natureza, tornando-se opinião. É para delimitar e salvaguardar o campo dos fatos no âmbito público/político que Arendt emprega o termo verdade factual:

A verdade fatual, ao contrário, relaciona-se sempre com outras pessoas: ela diz respeito a eventos e circunstâncias nas quais muitos são envolvidos; é estabelecida por testemunhas e depende de comprovação; existe apenas na medida em que se fala sobre ela, mesmo quando se fala no domínio da intimidade. É política por natureza. Fatos e opiniões, embora possam ser mantidos separados, não são antagônicos um ao outro; eles pertencem ao mesmo domínio. Fatos informam opiniões, e as opiniões, inspiradas por diferentes interesses e paixões, podem diferir amplamente e ainda serem legítimas no que respeita a sua verdade fatual. A liberdade de opinião é uma farsa a não ser que a informação fatual esteja garantida e os próprios fatos não sejam questionados. Em outras palavras, a verdade fatual informa o pensamento político, exatamente como a verdade racional informa a especulação filosófica (Arendt, 1968, p. 295).

Embora Arendt (1968) não se refira especificamente à apuração jornalística ou à checagem de fatos, sua proposição sobre o imperativo de se determinar a verdade factual no domínio público, sobretudo na política, é inequívoca. Assim, ainda que limitadas ao universo factual verificável, quando se trata de combater a desinformação, desde que sigam princípios éticos rigorosos e transparentes³⁵, a checagem e verificação de fatos despontam como recursos imprescindíveis ao jornalismo e à AMI.

De volta a Mantzarlis (2018), ele propõe duas atividades pedagógicas articuladas:

1) encontrar afirmações objetivamente verificáveis e;

³⁴Id., 2019, p.42 ; tradução nossa.

³⁵ A rede IFCN dispõe de um código com cinco princípios éticos e respectivos critérios para checagem de fatos. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/the-commitments>

2) encontrar os fatos através de sólidas evidências disponíveis.

Acrescente-se, por fim, que tanto a checagem quanto à verificação de fatos são atividades difundidas no Brasil. Lançado em 2018 como uma atividade colaborativa inédita para verificar conteúdo tipo UGC supostamente problemático durante a campanha presidencial, o Projeto Comprova³⁶ contou em sua primeira fase com uma coalizão de 24 veículos de imprensa brasileiros sob a liderança da organização britânica First Draft³⁷ e a gestão da Associação Brasileira de Abraji (Wardle, Pimenta *et al.*, 2019). Entre as 146 verificações então produzidas, destaca-se a que desmascarou um vídeo publicado na plataforma YouTube que alegava, sem fundamentação teórica ou evidência factual, que o sistema de urnas eletrônicas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) apresentava alta probabilidade de fraude. Ao desmentir essa inverdade, o Comprova desmascarou uma teoria conspiratória com clara motivação de erodir a confiança pública no TSE. Mas naquele ano o projeto atingiu apenas uma fração do eleitorado, um contingente estimado em 7 milhões de pessoas no Facebook, um grupo provavelmente composto majoritariamente por indivíduos de classe média e alto grau de escolaridade. O Comprova segue ativo em 2025, sendo liderado pela Abraji e financiado pela Google News Initiative e Meta Journalism Project. Além deste projeto, outros veículos jornalísticos mantêm iniciativas de checagem e verificação de fatos, como, por exemplo, o Fato ou Fake³⁸, do Grupo Globo; UOL Confere³⁹; e Estadão Verifica⁴⁰. Destacam-se, ainda, outros dois projetos autônomos de checagem e verificação de fatos: Agência Lupa⁴¹ e Aos Fatos⁴².

c) Valorização da credibilidade jornalística:

Fruto da combinação de problemas graves como a própria desordem da informação, polarização política, e deficiências no fazer jornalístico (apuração enviesada, ausência de

³⁶ Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/about/>

³⁷ Liderado por Wardle, o projeto First Draft atuou entre 2015 e 2022 como um centro de treinamento e pesquisa e desenvolvimento de ferramentas digitais para combater os efeitos nocivos da desordem da informação. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/>

³⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>

³⁹ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/>

⁴⁰ Disponível em:

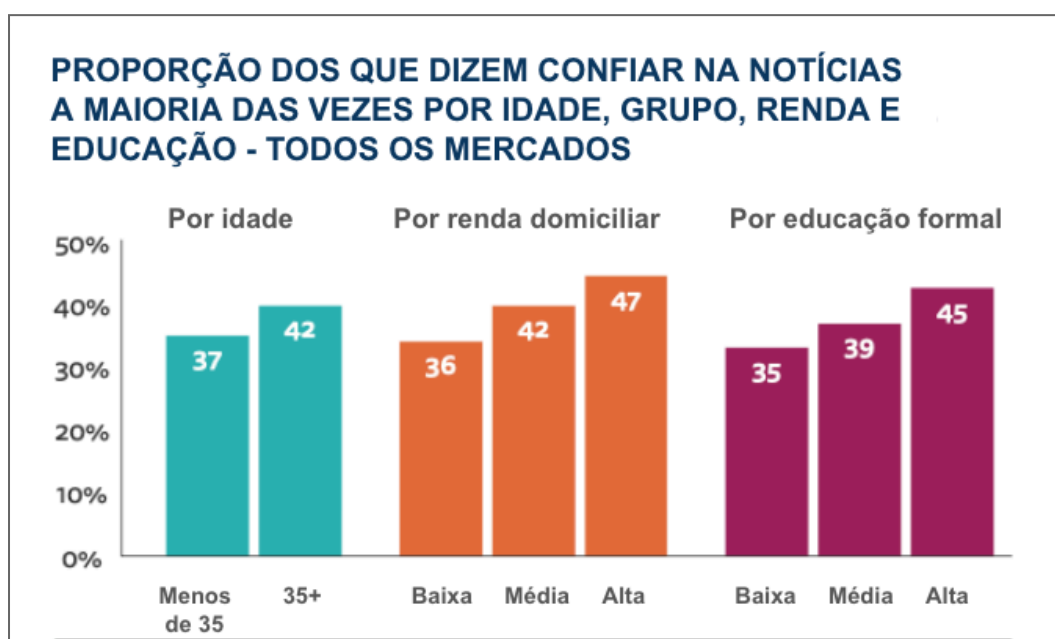
<https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/?srsltid=AfmBOop6xEsruNoWVVpcnKhNiBmLspNkLZlOf9jw5DYeDyWoFvcGU1e>

⁴¹ Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/>

⁴² Disponível em: <https://www.aosfatos.org/>

correções, opacidade sobre financiamento e conflitos de interesse etc.), a erosão da credibilidade jornalística representa uma séria ameaça não apenas ao jornalismo em si, mas também à própria democracia, uma vez que o regime democrático depende da produção de informações factualmente íntegras para que as pessoas possam se informar para tomar decisões. Segundo o relatório “Digital News Report” (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024), se por um lado a “oferta de jornalismo preciso e independente” segue tão relevante como nunca, nos países pesquisados, incluindo o Brasil, os meios de comunicação enfrentam desafios decorrentes de “informações factualmente erradas e da desinformação, da baixa confiança, dos ataques de políticos e um ambiente de negócios incerto”. De acordo com o “Digital News Report”, apenas 40% dos entrevistados para a pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos em 47 países, acreditam nas notícias na maioria das vezes (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, p.10). No Brasil, 43% se situam neste grupo:

Figura 6 – Diferenças na Confiança por Idade, Renda e Nível Educacional



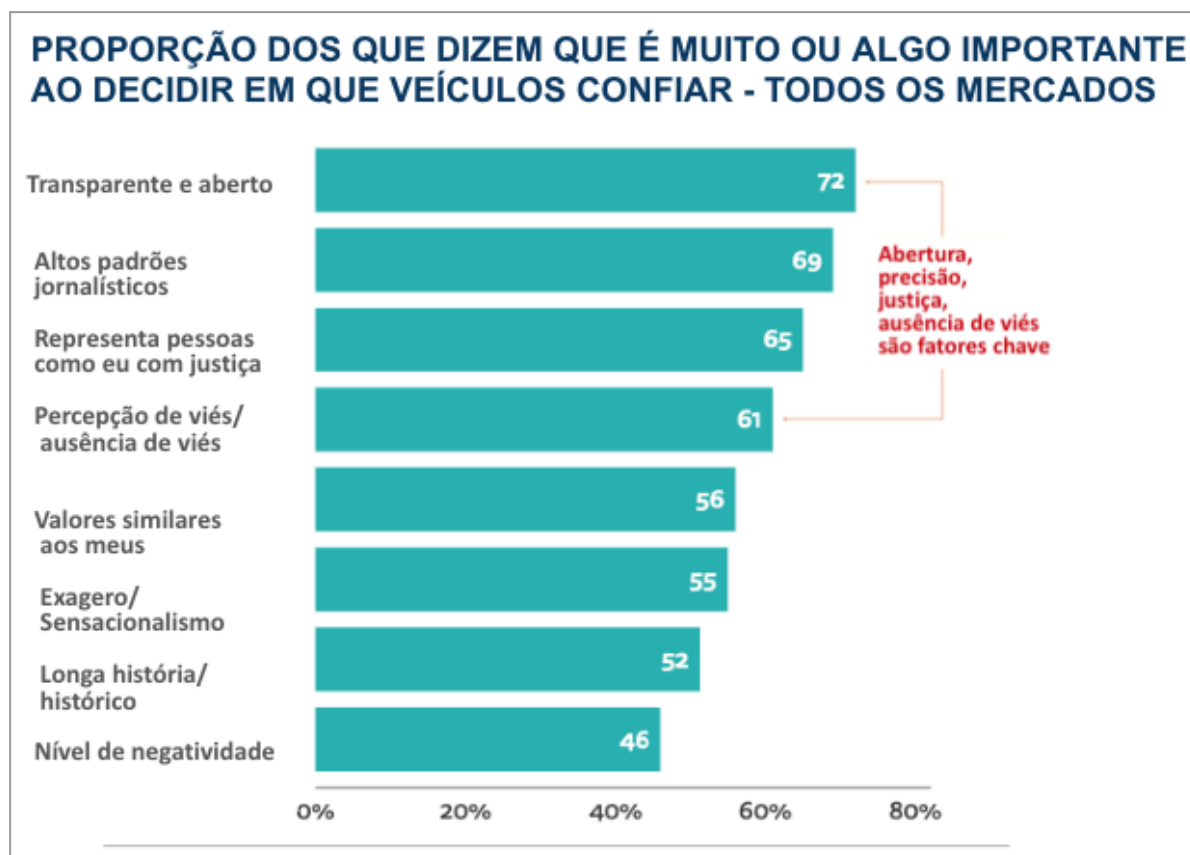
Fonte: Reproduzido de Reuters Institute for the Study of Journalism, (2024, p. 34)⁴³.

Ainda segundo o relatório, a confiança do público se correlaciona com indivíduos maiores de 35 anos, com maior renda domiciliar e educação formal. Logo, é possível inferir que brasileiros jovens de baixa renda e pouca escolaridade (muitos dos quais integrantes da

⁴³ Tradução nossa.

população extraescolar) tendem a desacreditar das notícias na maior parte das vezes. Ao serem apresentados com uma série de características que os levariam a acreditar nas notícias, os entrevistados priorizaram, entre outros, características como abertura e transparência; altos padrões jornalísticos; representatividade e justiça e ausência de viés.

Figura 7 – Principais Fatores para a Confiança nas Notícias



Fonte: Reproduzido de Reuters Institute for the Study of Journalism, (2024, p. 25)⁴⁴.

Observe-se que as perspectivas destacadas pelos entrevistados como capazes de inspirar credibilidade na pesquisa do Reuters Institute são parte relevante de dois projetos atuantes no Brasil e resumidos a seguir:

- **The Trust Project**

Através de uma parceria institucional entre o Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) e o Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMIT) - Curso de Doutorado da FAAC/UNESP, de 2016 a 2021, quando fundiu-se a The Trust Project (TTP),

⁴⁴ Tradução nossa.

o Projeto Credibilidade colaborou com veículos jornalísticos brasileiros na implementação do Sistema de Indicadores de Credibilidade. Comparáveis aos “dados nutricionais da notícia”, tais indicadores visam promover a transparência e a credibilidade jornalística no ambiente digital, informando o público sobre os compromissos éticos e editoriais dos veículos parceiros. São oito os indicadores de credibilidade: Melhores Práticas; Autor/Produtor; Tipo de Matéria; Citações e Referências⁴⁵ e Métodos; Origem Local; Diversidade de Vozes; e Feedback Acionável. Em maio de 2019, seis veículos brasileiros completaram a primeira etapa de implementação dos indicadores: Agência Lupa, Agência Mural, Folha de S. Paulo, Nexo Jornal, O Povo e Poder360.

Desde então, os seguintes veículos também passaram a integrar o projeto: AzMina, Amazônia Real, A Gazeta, Gaúcha Zero Hora, Jornal do Commercio e Ponte Jornalismo. O projeto é liderado no Brasil por Francisco Rolfsen Belda, docente do Departamento de Jornalismo da FAAC/UNESP, e Angela Pimenta, autora deste trabalho, sob a supervisão de sua fundadora e diretora, a jornalista californiana Sally Lehrman. Em sua fase atual no Brasil, o trabalho está focado no fortalecimento dos indicadores entre os veículos parceiros e em atividades de AMI.

- **Programa de Indicadores de Compromisso com o Público**

Parte do projeto Atlas da Notícia, o Programa de Indicadores de Compromisso com o Público foi lançado em 2024 com a meta de engajar veículos locais brasileiros mapeados pelo projeto a assumirem compromissos públicos em pelo menos oito de uma série de onze indicadores: expediente; princípios editoriais; política de correção de erros; afiliação a associações setoriais do jornalismo; acesso aos profissionais da redação; propriedade do veículo; identificação clara de conteúdos patrocinados; transparência de financiamento; identificação de autoria; política de privacidade e acessibilidade⁴⁶. Instituição mantenedora do projeto, o Projor publicou naquele ano um manual para guiar os veículos a implementar, remotamente, os indicadores de compromisso, oferecendo sugestões de texto e design. Até o

⁴⁵ Este indicador foi posteriormente renomeado como “referências”. Disponível em: <https://thetrustproject.org/trust-indicators/>

⁴⁶ Disponível em: <https://www.projor.org.br/manual-de-melhores-praticas-para-os-indicadores-de-compromissos-com-o-publico/>

final de 2025, segundo o website do projeto, 51 veículos haviam obtido um selo de qualidade concedido pela implementação dos indicadores⁴⁷.

Ambos projetos – The Trust Project e o Programa de Indicadores de Compromisso com o Público caracterizam-se pela responsabilização (*accountability*) e o direito de escrutínio e a cobrança por parte do público do cumprimento de padrões editoriais e éticos do jornalismo. Segundo Schudson (Harvard University Press, 2015) a cultura da transparência, e por extensão, a respectiva demanda surgiu nos Estado Unidos entre as décadas de 1940 e 1970 como um princípio democrático fundamental resultante de uma mudança sociocultural característica do período imediato do pós-guerra. Quando estendido às entranhas do próprio jornalismo, o direito de saber implica que jornalistas, redações e organizações jornalísticas como um todo devem se esforçar para serem precisos, justos e transparentes sobre um ofício indispensável ao regime democrático. Eis porque os temas relacionados à ética e transparência jornalística são também pilares de atividades relacionadas à AMI.

Conforme visamos demonstrar, o fenômeno e implicações da desordem da informação no ambiente digital penalizam todo o conjunto da sociedade. Logo, o enfrentamento deste problema demanda iniciativas estruturadas de AMI que também atendam a população de adultos e idosos brasileiros fora do ambiente escolar.

⁴⁷ Disponível em: <https://atlas.jor.br/indicadores/>

3 ASPECTOS COGNITIVOS E SOCIOEMOCIONAIS DA DESINFORMAÇÃO

Longe de existirem e se manifestarem de forma autônoma, descolados do contexto social, os problemas advindos da desordem da informação inserem-se no âmbito da natureza humana e das relações interpessoais, sendo profundamente marcados por traços cognitivos e socioemocionais que se projetam no ciberespaço. Da mesma forma, tais dimensões não existem de forma estanque, no que seriam um modo cognitivo – racional e independente –, e um segundo modo emocional – irracional e igualmente soberano – competindo para moldar o comportamento de usuários na internet. Ao contrário, fruto de milhares de anos do processo evolutivo, eles atuam de forma coordenada e usualmente complementar, como se verá a seguir. Assim, este capítulo examina os traços cognitivos e socioemocionais que imbricados compõem um elemento central no processo de produção e difusão de conteúdos factualmente problemáticos. Reconheça-se que sobretudo no plano individual, os aspectos formadores da personalidade dizem respeito à obra de autores clássicos no campo da psicologia, como Sigmund Freud, Carl Jung e Jacques Lacan. Quando se trata, entretanto, da atuação de grupos antagônicos no ciberespaço, as chaves teóricas para a polarização em torno de identidades afins e o rechaçamento de identidades e valores percebidos como antagônicos são fornecidas por especialistas nos campos transversais da psicologia cognitiva, neurociência, sociologia e comunicação. Tal compreensão é fundamental para a elaboração de estratégias de AMI, inclusive para a população extraescolar, como propõe este trabalho.

No campo da chamada psicologia cognitiva da tomada de decisão, Kahneman (2011) propõe a existência de duas formas de pensar – rápido e devagar – que delineariam nossas atitudes e escolhas. Em grande medida, a obra se desenvolve a partir da pesquisa realizada pelo autor em parceria com Amos Tversky entre as décadas de 1960 e 1980. Considerado um trabalho seminal, o artigo da dupla sobre a tomada de decisões em situações de incerteza (1974), indica a existência de atalhos, as chamadas heurísticas, e de vieses mentais, ou sejam, predisposições, que combinados atuam para simplificar e encurtar processos cognitivos em condições de incerteza. Empregadas para gerar resultados vantajosos para os indivíduos, segundo os autores as heurísticas e vieses mentais são geralmente eficazes, mas podem gerar erros sistemáticos e previsíveis. Logo, sua compreensão poderia aprimorar julgamentos e

decisões individuais. Kahneman (2011, p. 419-432) republicou o artigo como apêndice de seu livro sobre as duas formas de pensar. Na época de sua parceria, a dupla de pesquisadores refutava a ideia de que “emoções como medo, afeição e ódio explicam a maioria das ocasiões nas quais as pessoas afastam-se da racionalidade⁴⁸” (Kahneman, 2011, p. 8). Posteriormente, à luz de novos achados científicos, Kahneman reviu sua posição, reconhecendo que “um avanço importante é que a emoção agora ocupa um lugar muito maior na nossa compreensão dos julgamentos e escolhas intuitivas do que no passado⁴⁹”. Segundo ele, a mente humana opera em dois modos distintos:

Descrevo a vida mental pela metáfora de dois agentes, chamados Sistema 1 e Sistema 2, que produzem, respectivamente, o pensamento rápido e o lento. Falo das características do pensamento intuitivo e deliberado como se fossem traços e disposições de dois personagens em sua mente. No quadro que emerge de pesquisas recentes, o intuitivo Sistema 1 é mais influente do que sua experiência lhe diz e é o autor secreto das escolhas e julgamentos que você faz⁵⁰ (Kahneman, 2011, p.12-13).

Descritos como personagens fictícios, os dois modos de pensar atuariam de forma coordenada. O Sistema 1, de pensamento rápido, se encarregaria de responder prontamente questões aritméticas elementares, como $2+2 = 4$, sendo, segundo o autor, “o herói deste livro” e construindo, sem esforço, as impressões e sentimentos que alimentam o Sistema 2, e por extensão, a postura e os atos individuais. Entre as várias características do Sistema 1, destacamos a seguir as pertinentes à desordem da informação (Kahneman, 2011, p.105):

- Gera impressões, sentimentos e inclinações que quando endossados pelo Sistema 2 transformam-se em crenças, atitudes e intenções;
- Opera automática e rapidamente, com pouco ou nenhum esforço e nenhum senso de controle voluntário;
- Cria um padrão coerente de ideias ativadas em memória associativa;
- Liga uma sensação de facilidade cognitiva a ilusões de verdade, sentimentos agradáveis e reduzida vigilância;
- Infere e inventa causas e intenções;
- Negligencia a ambiguidade e suprime a dúvida;

⁴⁸ Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ “I describe mental life by the metaphor of two agents, called System 1 and System 2, which respectively produce fast and slow thinking. I speak of the features of intuitive and deliberate thought as if they were traits and dispositions of two characters in your mind. In the picture that emerges from recent research, the intuitive System1 is more influential than your experience tells you, and it is the secret author of the choices and judgements you make”. Tradução livre da autora.

- É enviesado para acreditar e confirmar;
- Exagera a consistência emocional (efeito halo);
- Foca na evidência existente e ignora a evidência ausente (WSYATI);
- Calcula mais do que o pretendido (canhão mental)⁵¹

Descrito pelo acrônimo WYSIATI, (what you see is all there is), ou “o que você vê é tudo o que existe,” o atributo do Sistema 1 que foca na evidência disponível, ainda que limitada, é responsável pela produção de respostas instantâneas sob condições de incerteza, podendo gerar conclusões factualmente incorretas:

WYSIATI facilita a obtenção de coerência e facilidade cognitiva que nos levam a aceitar que uma afirmação é verdadeira. [Este tipo de evidência limitada] explica por que conseguimos pensar rápido e como conseguimos dar sentido a informações parciais em um mundo complexo. Na maioria das vezes, a história coerente que construímos é suficientemente próxima da realidade para fundamentar uma ação razoável. No entanto, também invocarei WYSIATI para ajudar a explicar uma longa e diversa lista de vieses de julgamento e escolha⁵² (Kahneman, 2011, p. 87).

Kahneman (2011) também destaca três vieses de julgamento e escolha: o excesso de confiança (overconfidence), ou sejam, as situações em que falhamos ao desconsiderar a possibilidade de que lacunas em evidências críticas impedem o exercício de um julgamento racionalmente correto; efeitos de enquadramento (framing effects), pelos quais diferentes formas de apresentar a mesma informação evocam emoções diferentes⁵³; e negligência da taxa básica (base-rate neglect), em que a descrição de determinado personagem ou situação é destacada e vívida⁵⁴ o bastante para ignorarmos um fato estatístico importante associado a determinada questão.

A tendência à produção de conclusões instantâneas e a de se ignorar argumentos contrários seria, de acordo com o autor, mais pronunciada em situações que envolvem emoções e predileções: "sua preferência política determina os argumentos que você acha atraentes"

⁵¹ Ao descrever esta característica do Sistema 1, Kahneman alude à impulsividade e rapidez de reação do modo de pensar rápido, que à semelhança de um canhão mental faz mais cálculos do que o pretendido pelo indivíduo.

⁵² “WYSIATI facilitates the achievement of coherence and of cognitive ease that causes us to accept a statement as true. It explains why we can think fast, and how we are able to make sense of partial information in a complex world. Much of the time, the coherent story we put together is close enough to reality to support reasonable action. However I will also invoke WYSIATI to help explain a long and diverse list of biases of judgement and choice”. Tradução livre da autora.

⁵³ Kahneman afirma que alimentos como frios, descritos como "90% fat free" são mais atraentes do que os descritos como "10% de gordura".

⁵⁴ Kahneman descreve um personagem fictício, Steve, como uma "alma mansa e organizada", sendo majoritariamente associado em pesquisas de psicologia com universitários voluntários a um bibliotecário, sem que hajam indícios concretos a respeito.

(Kahneman, 2011, p. 103). Assim, segundo ele, a atitude emocional de um indivíduo em relação a coisas tão distintas, como carne vermelha, energia nuclear, tatuagens ou motocicletas guiaria suas crenças sobre riscos e benefícios associados: “se você desgosta de qualquer dessas coisas, você provavelmente acredita que seus riscos são altos e os benefícios negligenciáveis” (Kahneman, 2011, p. 103). Outro traço do Sistema 1 é a ausência da propensão à dúvida: “ele suprime a ambiguidade e constrói espontaneamente histórias o mais coerentes possível” (Kahneman, 2011, p. 114).

Dedicada à contínua tarefa de tentar decifrar o mundo, buscando tirar proveito das boas oportunidades e se desvencilhar das armadilhas, de acordo com Kahneman, a mente humana emprega o processo de ativação associativa sob o comando do Sistema 1. Por exemplo: uma determinada ideia, representada por palavras, imagens ou contextos, evocaria memórias específicas, “detonando” a atividade cerebral. A palavra “vômito,” por exemplo, dispararia memórias negativas de mal-estar e repulsa, podendo provocar expressões faciais de contrariedade e a tendência de se evitar situações associadas ao vômito. Por outro lado, ideias associadas a palavras com o nome de alimentos, como bananas, tenderiam a despertar memórias e atitudes de atração e interesse. Chamada pelo autor de “máquina associativa”, a ativação mental aconteceria instantaneamente, gerando “um processo de respostas cognitivas, emocionais e físicas ao mesmo tempo diversas e integradas,” sendo “associativamente coerentes” e formando os nós de uma vasta rede de ideias (Kahneman, 2011, p. 51-52).

Um fenômeno característico da “máquina associativa” é o chamado “efeito de pré-ativação” (priming effect), pelo qual quando exposta a um estímulo, a mente produziria respostas profundamente influenciadas por memórias acumuladas de forma inconsciente:

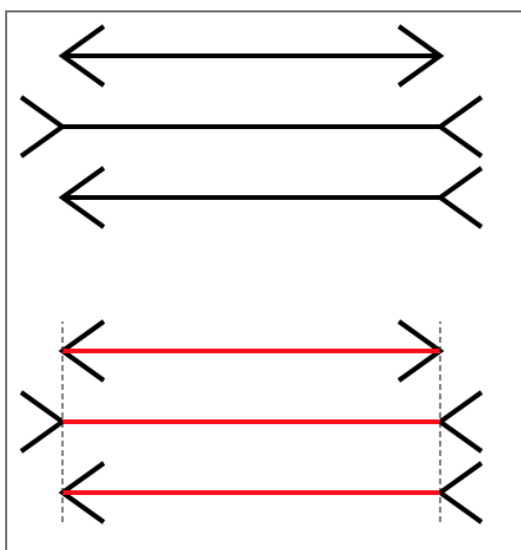
Outro grande avanço na nossa compreensão da memória foi a descoberta de que o priming não se restringe a conceitos e palavras. É claro que você não pode saber disso por experiência consciente, mas precisa aceitar a estranha ideia de que suas ações e emoções podem ser preparadas por eventos dos quais você nem tem consciência⁵⁵ (Kahneman, 2011, p. 53).

Entre os estudos sobre o “efeito de pré-ativação” que teriam gerado descobertas que ameaçam nossa auto-imagem de autores autônomos e conscientes de escolhas e julgamentos, o autor cita pesquisas como a realizada em locais de votação no estado do Arizona em 2000. O

⁵⁵ “Another major advance in our understanding of memory was the discovery that priming is not restricted to concepts and words. You cannot know this from conscious experience, of course, but you must accept the alien idea that your actions and your emotions can be primed by events of which you are not even aware”. Tradução livre da autora.

apoio dos eleitores para propostas que propunham aumentar verbas para escolas foi consideravelmente maior quando a votação acontecia numa escola do que quando se dava em outros lugares (Kahneman, 2011, p. 55). Já a tendência de se gostar ou detestar tudo sobre alguma pessoa – incluindo aspectos não observados e, portanto, desconhecidos – é o chamado “efeito halo,” termo utilizado no campo da psicologia social há mais de um século e que segundo o autor seria uma das formas pelas quais a representação do mundo gerada pelo Sistema 1 “é mais simples e mais coerente do que a coisa real” (Kahneman, 2011, p. 82). O Sistema 1 também tenderia a se equivocar ao se deparar com “armadilhas” mentais como a ilusão de ótica geométrica de Müller-Lyer (Kahneman, 2011, p. 27), desenvolvida pelo psiquiatra alemão de mesmo nome no final do século XIX.

Figura 8 – Ilusão de Müller - Lyer



Fonte: Reproduzido de Wikipédia, 2013⁵⁶.

Diante do diagrama reproduzido na Figura 8, nossas mentes possivelmente concluiriam, pronta e erroneamente, que as três retas de mesmo comprimento têm tamanhos diferentes. Se por um lado a prevenção de erros cognitivos como este, gerados pelo Sistema 1, poderia ser obtida através do agenciamento do Sistema 2, por outro seria mais fácil detectar e corrigir erros alheios do que os nossos próprios.

A maneira de bloquear erros originados no Sistema 1 é simples em princípio:

⁵⁶ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ilus%C3%A3o_de_M%C3%BCller-Lyer

reconheça os sinais de que você está em um campo minado cognitivo, diminua o ritmo e peça reforço ao Sistema 2. É assim que você procederá quando encontrar a ilusão de Müller-Lyer novamente. Ao ver as linhas com setas apontando em direções diferentes, você reconhecerá a situação como aquela em que não deve confiar em suas impressões de comprimento. Infelizmente, esse procedimento sensato tem menos probabilidade de ser aplicado quando é mais necessário. Todos nós gostaríamos de ter um sinal de alerta que soasse alto sempre que estivéssemos prestes a cometer um erro grave, mas esse sinal não está disponível e as ilusões cognitivas são geralmente mais difíceis de reconhecer do que as ilusões perceptivas. A voz da razão pode ser muito mais fraca do que a voz alta e clara de uma intuição errônea e questionar suas intuições é desagradável quando você enfrenta o estresse de uma grande decisão. Mais dúvidas são a última coisa que você quer quando está em apuros. O resultado é que é muito mais fácil identificar um campo minado quando você observa outras pessoas vagando por ele do que quando você está prestes a fazê-lo. Observadores são menos ocupados cognitivamente e mais abertos a informações do que atores (Kahneman, 2011, p. 417) ⁵⁷.

Já ao descrever o Sistema 2, do modo de pensar lento, o autor diz que no caso improvável de que seu livro fosse transformado em filme, este modo de pensar seria um personagem coadjuvante que se acredita ser o verdadeiro herói da trama (na verdade, o Sistema 1). Diversamente do modo de pensar rápido, o pensamento devagar do Sistema 2, que atua em situações cognitivas mais complexas, demandando atenção e autocontrole para desempenhar tarefas como operações aritméticas mais trabalhosas, contagens simultâneas de duas ou mais sequências numéricas e o questionamento dos dados apresentados em situações de incerteza. Kahneman (2011) também menciona que as tarefas associadas ao modo lento de pensar requerem considerável disciplina e esforço cognitivo, podendo levar ao esgotamento. Portanto, pensar racionalmente, de forma concentrada e com esforço é uma tarefa que exige um aporte significativo de energia. Logo, o pensamento contínuo de forma lenta, reflexiva e focada é insustentável para a mente humana. Assim, o “esforçado e mais vagaroso Sistema 2 monitora o Sistema 1, mantendo o controle da melhor maneira possível com seus recursos limitados” (Kahneman, 2011, p. 408). Entre os atributos do Sistema 2 (Kahneman, 2011, p.19-35) destacam-se:

⁵⁷ “The way to block errors that originate in System 1 is simple in principle: recognize the signs that you are in a cognitive minefield, slow down and ask for reinforcement from System 2. This is how you will proceed when you next encounter the Müller-Lyer illusion. When you see the lines with fins pointing in different directions, you will recognize the situation as one in which you should not trust your impressions of length. Unfortunately, this sensible procedure is least likely to be applied when it is needed most. We would all like to have a warning bell that rings loudly whenever we are about to make a serious error, but no such bell is available, and cognitive illusions are generally more difficult to recognize than perceptual illusions. The voice of reason may be much fainter than the loud and clear voice of an erroneous intuition, and questioning your intuitions is unpleasant when you face the stress of a big decision. More doubt is the last thing you want when you are in trouble. The upshot is that it is much easier to identify a minefield when you observe others wandering into it than when you are about to do so. Observers are less cognitively busy and more open to information than actors”. Tradução livre da autora.

- Busca quantidades precisas, como a contagem do número de vezes que a letra "a" aparece num determinado texto, ou calcula operações como 17×24 ;
- Determina a validade de um raciocínio lógico complexo;
- Realiza atividades como o preenchimento da declaração do imposto de renda;
- Comanda a manutenção de um ritmo de caminhada mais rápido do que o normal;
- Direciona a atenção para alguém em especial em meio ao ruído alto de uma festa;
- Foca a atenção para reconhecer um som específico num ambiente lotado e barulhento;
- Determina a adequação de um comportamento específico num ambiente social;
- Comanda o processo de se estacionar o carro numa vaga apertada;
- Determina a relação preço/qualidade entre produtos concorrentes;
- É preguiçoso, pois seu funcionamento requer esforço e gasto de energia

Ao discorrer sobre possíveis situações de conflito entre as duas formas de pensar, Kahneman pontua:

Aparentemente, o Sistema 2 está no comando, com a capacidade de resistir às sugestões do Sistema 1, desacelerar as coisas e impor uma análise lógica. A autocritica é uma das funções do Sistema 2. No contexto das atitudes, no entanto, o Sistema 2 atua mais como um apologista das emoções do Sistema 1 do que como um crítico dessas emoções – um apoiador em vez de um executor. Sua busca por informações e argumentos se limita principalmente a informações consistentes com as crenças existentes, e não com a intenção de examiná-las. Um Sistema 1 ativo e em busca de coerência sugere soluções para um Sistema 2 pouco exigente (2011, p. 103-104)⁵⁸.

Atento aos múltiplos e frequentes erros de raciocínio lógico que “assolam o debate público”, Almossawi (2017) elaborou uma antologia ilustrada de "maus argumentos". Endereçada "aos iniciantes na área do raciocínio lógico", a publicação elenca as principais armadilhas presentes em discursos e debates, inclusive no ciberespaço, dos quais destacamos a seguir um conjunto de dez falácias:

⁵⁸ “It appears that System 2 is ultimately in charge, with the ability to resist the suggestions of System 1, slow things down, and impose logical analysis. Self-criticism is one of the functions of System 2. In the context of attitudes, however, System 2 is more of an apologist for the emotions of System 1 than a critic of those emotions – an endorser rather than an enforcer. Its search for information and arguments is mostly constrained to information that is consistent with existing beliefs, not with an intention to examine them. An active, coherence seeking System 1 suggests solutions to an undemanding System 2”. Tradução livre da autora

Quadro 1 – Exemplos de "Maus Argumentos" segundo Almossawi

Falácia	Argumento	Exemplo
1. Argumento a partir das consequências	Defesa ou contestação de uma declaração apelando-se às consequências que teria se fosse verdadeira (ou falsa).	"Se nos livrássemos do gado, teríamos que comer grama e isso, sim, seria a morte. Portanto, as emissões de [gases derivados do carbono] do gado não estão matando o planeta".
2. Espantalho	Apresentação de forma caricata do argumento alheio com o objetivo de atacar uma ideia logicamente insignificante (o espantalho) em vez do argumento em si.	"Um cético em relação à teoria de Darwin poderia dizer: 'Meu oponente está tentando te convencer de que nós evoluímos dos macacos que se balançavam nas árvores, uma afirmação realmente grotesca'. De fato, a teoria darwinista sustenta que humanos e chimpanzés compartilham um ancestral comum há milhões de anos".
3. Apelo à autoridade irrelevante	Embasamento de um argumento na opinião de alguém não especializado no assunto em questão.	"A astrologia era praticada há milênios na China, uma das civilizações mais avançadas da Antiguidade".
4. Equívoco	Uso da ambiguidade linguística para alterar o sentido de uma mesma palavra durante um argumento. Esta falácia seria frequente em discussões sobre ciência e religião, onde o termo "por que" pode ser adotado simultaneamente como a busca de causas e a busca de propósito.	"A ciência não pode nos dizer por que as coisas são como são. Por que existimos? Por que temos moral? Portanto, nós precisamos de outra fonte, como a religião, para nós dizer por que as coisas acontecem".
5. Falso dilema	Uso de um argumento com a apresentação de apenas duas categorias de possibilidades opostas.	"Na guerra ao fanatismo, não há neutralidade: ou você está do nosso lado, ou está com os extremistas'. Na realidade, há uma terceira opção, a de ser neutro; e uma quarta, de ser contra os dois lados; e ainda uma quinta opção, de concordar com as razões de ambos".
6. Apelo ao medo	Aposta no medo do público através da ameaça de um futuro assustador caso uma determinada proposta seja escolhida.	"Peço que todos os funcionários dessa empresa votem no meu candidato na próxima eleição. Se o outro candidato ganhar, ele irá aumentar os impostos e vocês irão perder seus empregos".
7. Generalização precipitada	Conclusão tirada a partir de uma amostra pequena ou específica demais para ser representativa.	"Perguntar a dez pessoas na rua o que elas pensam do plano do presidente para reduzir o déficit não é suficiente para medir o sentimento da nação inteira".
8. Apelo à hipocrisia	Apontar uma suposta contradição entre o argumento do interlocutor e suas ações ou afirmações anteriores, tentando desviar o foco da discussão do mérito da questão.	O argumento de um lobista inescrupuloso do filme "Obrigado por Fumar", do diretor Jason Reitman, sobre o impacto negativo da indústria do fumo: "Só acho engraçado o senador de Vermont me chamar de hipócrita, quando ele, num mesmo dia, deu uma coletiva de imprensa defendendo a queima de todas as plantações de tabaco do país, para depois pegar um jatinho particular e ir ao

Falácia	Argumento	Exemplo
		festival de rock Farm Aid, onde dirigiu um trator no palco e lamentou o declínio do agricultor americano.
9. Ad hominem	Argumento que em latim significa "ao homem" e visa atacar um indivíduo, e não sua opinião, também com a intenção de desviar o foco do mérito da questão.	"Você não é um historiador.; porque não se atém aos assuntos da sua área?"
10. Raciocínio circular	Argumento falacioso em que a conclusão é alcançada, implícita ou explicitamente, num ou mais pressuposto.	"A premissa 'existe um Deus que manda os descrentes para o inferno' é usada para apoiar a conclusão de que 'Deus existe'".

Fonte: Elaborado a partir de Almossawi, 2017, p. 16-50.

A propósito de maus argumentos, Greifeneder *et. al* (2021) examinam os fatores cognitivos, motivacionais e sociais pelos quais as pessoas aceitariam e compartilhariam informações deliberadamente falsas, um tipo de informação que segundo a obra tornou-se uma característica relevante do discurso público no ciberespaço. A partir de Kahneman (2011), os autores afirmam que as pessoas tendem a fazer avaliações rápidas e intuitivas sobre a veracidade de determinada mensagem, em vez de se envolverem em análises críticas que exijam esforço. O pano de fundo da obra são os aspectos psicológicos da desinformação que permearam acontecimentos históricos recentes, como a primeira eleição de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, em 2016, e o referendo que no mesmo ano aprovou a saída do Reino Unido da União Europeia, deflagrando o acontecimento popularmente conhecido como Brexit. Fruto do trabalho de psicólogos sociais e especialistas em comunicação, a obra dialoga com o trabalho de Kahneman e Tversky (1974), especialmente a respeito das heurísticas, os atalhos mentais utilizados para a tomada de decisões sob condições de incerteza. Em seu artigo para a coletânea, Schwarz e Jalbert (2021, p. 237-239) pontuam que a sensação de intuição da verdade desempenha um papel de destaque tanto na aceitação como na possível correção de informações factualmente falsas.

A propósito, vale notar que Kahneman (2011) considera a intuição como um traço da memória associativa. Para Schwarz e Jalber (2021, p. 11-12), a intuição sobre o caráter de verdade de uma mensagem, ou o que "parece" ser verdade numa determinada proposição, é acionada pela mente humana antes mesmo que o respectivo conteúdo tenha sido considerado em detalhe. Note-se, a propósito, que este tipo de situação é frequente quando usuários da internet interagem com as redes sociais, entre outros espaços digitais. Assim, ao avaliar se uma informação é correta, o indivíduo lançaria mão de cinco critérios, reproduzidos a seguir:

Quadro 2 – Critérios de Verdade segundo Schwarz e Jalbert

Critério	Avaliação Analítica	Avaliação Intuitiva
<u>Compatibilidade</u> Isso é compatível com outras coisas que eu sei?	É compatível com o conhecimento recuperado da memória ou obtido de fontes confiáveis?	Isso me faz tropeçar ou flui suavemente?
<u>Coerência</u> Isso é internamente coerente?	Os elementos se encaixam de forma lógica? As conclusões decorrem do que é apresentado?	Isso me faz tropeçar ou flui suavemente?
<u>Credibilidade</u>	A fonte tem expertise relevante? A	A fonte parece familiar e

Critério	Avaliação Analítica	Avaliação Intuitiva
Isso vem de uma fonte confiável?	fonte é confiável?	confiável?
Consenso Outras pessoas acreditam nisso?	O que dizem os meus amigos? O que dizem as pesquisas de opinião?	Isso parece familiar?
Evidência Há evidências que comprovam isso?	Há evidências em artigos científicos revisados por pares ou em notícias confiáveis? Lembro-me de evidências relevantes?	A evidência vem à mente com facilidade?

Fonte: Reproduzido de Schwarz e Jalbert, 2021, p. 74⁵⁹.

Em grande medida, a facilidade, ou inversamente, a dificuldade com que determinada informação é mentalmente processada influencia sua credibilidade:

Independentemente dos critérios de verdade utilizados, informações facilmente processadas desfrutam de uma vantagem sobre informações difíceis de processar: parecem mais familiares, mais compatíveis com as crenças do indivíduo, mais consistentes internamente, mais amplamente difundidas, mais bem fundamentadas e com maior probabilidade de terem vindo de uma fonte confiável. Essas inferências refletem que informações familiares, frequentemente encontradas e informações coerentes e compatíveis com o conhecimento do indivíduo são, de fato, mais fáceis de processar do que informações que não o são. Portanto, a facilidade de processamento fornece informações heurísticamente úteis – mas falíveis – para avaliar o quão bem uma afirmação atende aos principais critérios de verdade (Schwarz; Jalbert, 2021, p. 77)⁶⁰.

A partir dos cinco critérios de verdade, Schwarz e Jalbert (2021) indicam variáveis de estratégia comunicacional capazes de aumentar a credibilidade de um determinado conteúdo factualmente verdadeiro, ou não. Elas incluem a repetição exaustiva de uma mensagem, cores contrastantes para destacar as letras contra o fundo da mesma mensagem, o grau de legibilidade da tipologia utilizada, o emprego de rimas, o uso de nomes próprios fáceis de serem pronunciados, a publicação de fotos relacionadas ao texto (ainda que sem a veracidade comprovada) e a publicação simultânea de um mesmo conteúdo (tampouco sem verificação) em diferentes veículos. Note-se que essas variáveis também compõem o repertório usado por

⁵⁹ Tradução livre da autora.

⁶⁰ “Regardless of which truth criteria people draw on, easily processed information enjoys an advantage over information that is difficult to process: it feels more familiar, more compatible with one’s beliefs, more internally consistent, more widely held, better supported, and more likely to have come from a credible source. These inferences reflect that familiar, frequently encountered information and information that is coherent and compatible with one’s knowledge is indeed easier to process than information that is not. Hence, ease of processing provides heuristically useful – but fallible – information for assessing how well a claim meets major truth criteria”. Tradução livre da autora

publicitários⁶¹. Segundo os autores, elas atuam de forma coordenada para aumentar a fluência, ou seja, a facilidade cognitiva, característica central do conteúdo postado em redes sociais (Schwarz; Jalbert, 2021). Note-se ainda que a facilidade cognitiva é obtida a partir de quatro dos cinco critérios de verdade⁶² já citados:

Para começar, a maioria das mensagens nas redes sociais são curtas, escritas em linguagem simples e apresentadas em uma ótica de fácil leitura, o que satisfaz muitos dos pré-requisitos técnicos para um processamento fácil. Essas mensagens fluentes são postadas pelos amigos, uma fonte confiável. [...] As mensagens postadas são curtidas por outros amigos, confirmando assim o consenso social, e republicadas, garantindo assim múltiplas exposições repetidas. A cada exposição, o processamento torna-se mais fácil e as percepções de consenso social, coerência e compatibilidade aumentam. Comentários e postagens relacionadas fornecem evidências adicionais de apoio e aumentam ainda mais a familiaridade. Ao mesmo tempo, o acúmulo de curtidas e republicações garante que o mecanismo de filtragem do feed torne a exposição a informações opostas cada vez menos provável (Schwarz; Jalbert, 2021, p. 81)⁶³.

Baseados na literatura de psicologia social, os autores observam que tentativas para a correção de mensagens factualmente incorretas que desconsiderem os elementos da facilidade do processamento cognitivo, focando apenas no conteúdo propagado, tenderiam a fracassar. Exemplo: a repetição de uma informação falsa com o intuito de corrigi-la pode ter sucesso principalmente na disseminação de falsidades entre “destinatários desinteressados que, de outra forma, nunca as teriam encontrado” (2021, p. 83). Assim, os autores propõem que, como antídoto à desinformação digital, o foco de correções – recurso, aliás, comumente utilizado por veículos jornalísticos e iniciativas de checagem e verificação de fatos – recaia sobre os fatos, devendo ser apresentados de acordo com o mesmo repertório de variáveis capazes de ativar ou ampliar a fluência cognitiva. Quanto mais familiares e fluentes, dizem, maior a chance de que os fatos sejam aceitos como verdade e sirvam para embasar julgamentos e decisões individuais:

⁶¹ Disponível em: <https://www.inderscience.com/offers.php?id=91741>

⁶² Exceto o critério evidência, em termos da avaliação analítica, os demais – compatibilidade, coerência, credibilidade e consenso – são característicos de mensagens postadas em redes sociais.

⁶³ “To begin with, most social media messages are short, written in simple language, and presented in optics that are easy to read, which satisfies many of the technical prerequisites for easy processing. These fluent messages are posted by one’s friends, a credible source. [...] Posted messages are liked by other friends, thus confirming social consensus, and reposted, thus ensuring multiple repeated exposures. With each exposure, processing becomes easier and perceptions of social consensus, coherence, and compatibility increase. Comments and related posts provide additional supporting evidence and further enhance familiarity. At the same time, the accumulating likes and reposts ensure that the filtering mechanism of the feed makes exposure to opposing information less and less likely”. Tradução livre da autora.

Infelizmente, a verdade costuma ser mais complicada do que histórias falsas, que frequentemente envolvem uma simplificação considerável. Isso coloca a verdade em desvantagem, pois é mais difícil de processar, compreender e lembrar. Portanto, é importante apresentar informações verdadeiras de maneiras que facilitem seu processamento fluente. Isso requer uma exposição clara e passo a passo e a evitação de jargões. Também ajuda a prestar muita atenção às influências incidentais na facilidade de processamento. Tornar a fonte fácil de ler e a pronúncia do locutor fácil de entender, adicionar fotos e repetir pontos-chave são técnicas que não devem ser deixadas para aqueles que desejam enganar – elas também podem ajudar a verdade e devem ser usadas (Schwarz; Jalbert, 2021, p. 84)⁶⁴.

Como recomendação final, ambos afirmam que a melhor proteção contra uma informação incorreta é o ceticismo assim que o indivíduo se depara com ela pela primeira vez, pois logo que uma determinada informação é processada, “advertências exercem pouca influência”, em direção a uma reação de descrédito que tenderia a não se consumir num ambiente político polarizado, em que a mensagem com a tentativa de correção factual seja percebida como favorável ao “outro” lado, sendo portanto contrária ao indivíduo em questão.

Corroborando a pesquisa de Schwarz e Jalbert e também amparados pela literatura sobre heurísticas e vieses mentais, Marsh e Stanley (2021) focam nos processos cognitivos e estratégias cotidianas que influenciariam tanto a probabilidade de acreditarmos em falsidades como nossa capacidade de corrigi-las. Tais processos seguiriam cinco princípios calcados em nossa base de conhecimento, com claras repercussões sobre esforços para se corrigir e mitigar falsidades digitais (Marsh; Stanley, 2021, p.133-139):

- **Princípio 1: Tendemos a acreditar que as informações são verdadeiras**

Logo, rotular uma informação como falsa gera esforço ao processo de desmascaramento;

- **Princípio 2: Usamos atalhos para nos decidir sobre a verdade**

As heurísticas utilizam recursos como a facilidade de processamento mental, repetição e rimas. Amparados na literatura, novamente os autores sugerem que rotular uma informação como falsa não seria a forma mais efetiva de se restabelecer a verdade factual.

⁶⁴ “Infelizmente, a verdade costuma ser mais complicada do que histórias falsas, que frequentemente envolvem uma simplificação considerável. Isso coloca a verdade em desvantagem porque é mais difícil de processar, entender e lembrar. É portanto importante apresentar informações verdadeiras de maneiras que facilitem seu processamento fluente. Isso requer uma exposição clara e passo a passo e a evitação de jargão. Também ajuda a prestar muita atenção às influências incidentais na facilidade de processamento. Tornar a fonte fácil de ler e a pronúncia do locutor fácil de entender, adicionar fotos e repetir pontos-chave são técnicas que não devem ser deixadas para aqueles que desejam enganar – elas também podem ajudar a verdade e devem ser usadas”. Tradução livre da autora.

- **Princípio 3: Interpretamos as informações que recebemos**

Geralmente, as histórias marcadas por falsidades incluem pessoas e lugares reais. Ao interpretá-las, temos expectativas para o preenchimento de uma série de respostas⁶⁵: quem, o quê, quando, onde, por quê, além de algum traço de interesse humano. Além disso, fazemos inferências e preenchemos lacunas. Nesse sentido, uma possível estratégia para mitigar falsidades seria encorajar os indivíduos a desempenharem o papel de checadores de fatos.

- **Princípio 4: O conhecimento parece diferente**

Recuperar uma memória pessoal, o que envolve viajar mentalmente no tempo e no espaço, é muito diferente de se lembrar algo simplesmente conhecido. A propósito, apoiados na literatura que indica que as pessoas tendem a alterar o que se lembram do passado, Marsh e Stanley argumentam que treinar os indivíduos para monitorar fontes de informação seria uma estratégia equivocada para lidar com a desinformação.

- **Princípio 5: Nem sempre recuperamos ou aplicamos o que sabemos**

De forma geral, informações que não tenham sido utilizadas recentemente tendem a não serem recuperadas espontaneamente.

Após considerarem que é impossível interromper a difusão e a crença em falsidades, Marsh e Stanley produzem uma recomendação final para a aplicação dos cinco princípios associados à nossa base de conhecimento no conteúdo de uma suposta mensagem destinada a corrigir a desinformação:

O conteúdo deve ser simples e acompanhado de imagens (para aumentar a fluência), deve evitar alegações qualificativas e deve afirmar informações corretas em vez de negar o mito [falsidade] (e, de forma mais geral, o mito não deve ser declarado). Além disso, a propagação de retratações/mensagens de desmascaramento deve ser considerada, visto que as pessoas parecem muito mais interessadas nas alegações iniciais do que nas correções (Marsh; Stanley, 2021, p. 142)⁶⁶.

⁶⁵ Tais perguntas correspondem às informações mais relevantes da técnica jornalística chamada pirâmide invertida. Disponível em: <https://ohiostate.pressbooks.pub/stratcommwriting/chapter/inverted-pyramid-style/>

⁶⁶ “The content should be simple and accompanied by pictures (to increase fluency), should avoid qualifying claims, and should affirm correct information rather than negating the myth (and more generally the myth should not be stated). Furthermore, the propagation of retractions/debunking messages must be considered, given that people seem much more interested in the initial claims than the corrections”. Tradução livre da autora.

Especialistas em teoria da comunicação focados nos impactos socioemocionais das TIC, Bakir e McStay (2022) atribuem-lhe a capacidade de tirar proveito de nossas emoções, afetos e estado de espírito, valendo-se crescentemente de recursos de IA para o reconhecimento biométrico e perfilamento psicológico de indivíduos. Ambos definem tal processo como “otimização das emoções”, que por sua vez estaria intimamente ligado à incubação de falsidades. Os autores afirmam também que as novas tecnologias digitais “perfilam, rotulam, classificam e julgam as pessoas com a finalidade de refinar, direcionar, impulsionar e otimizar de outras formas as mensagens” (Bakir; McStay, 2022, p. 4-5) no ciberespaço com vários propósitos, como o lucro (via aumento do engajamento), especulação, persuasão, bem-estar, alocação de recursos, engenharia social e segurança. Assim, “a emoção datafificada é otimizada para formar um componente fundamental da personalização, comunicação e experiência” (Bakir; McStay, 2022, p. 5), causando prejuízos ao “corpo cívico,” conceito, por sua vez originário da noção de “corpo político” proposta pelo pensador grego Plutarco na Antiguidade e que no século XXI torna-se “mais voltado para o cidadão, ao chamar a atenção para as emoções informatizadas de indivíduos e coletivos” (Bakir; McStay, 2022, p. 9).

Os autores reconhecem que a otimização de dados emocionais de usuários no ciberespaço pode ser uma força para o bem cívico, como no caso de governos poderem avaliar o comportamento da população em cenários de emergências como as pandemias. Mas argumentam a seguir que quando a serviço de iniciativas desinformativas, a otimização algorítmica das emoções manipularia a opinião pública, investindo em aspectos emocionais dos usuários, como a sensação de ultraje, tribalismo e ideias pré-concebidas para automatizar a criação e difusão de falsidades “empaticamente otimizadas”, gerando assim uma intensa sensação de ansiedade entre usuários-alvo além de sentimentos antissociais contra outros grupos específicos da população (Bakir; McStay, 2022, p. 14-15). A partir do processo de perfilamento emocional dos usuários, além da sensação de raiva (justificada ou não), sentimentos como alegria e tristeza também seriam manipulados algoritmicamente.

A propósito, Bakir e McStay (2022) se baseiam no conceito de “economia da atenção”⁶⁷ para propor a noção de “economia da emoção”, que definem como “a otimização de

⁶⁷ Cunhado pelo psicólogo Herbert Simon na década de 1980 e posteriormente desenvolvido pelo físico teórico Michael Goldhaber em meio à revolução digital e a disseminação de programas de “reality TV”, o conceito de economia da atenção diz respeito à estratégia de se lidar com a atenção humana, um recurso finito, como se fosse uma commodity, capturando-a e administrando-a para o ganho financeiro. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/02/04/opinion/michael-goldhaber-internet.html>.

conteúdo emocional baseado em dados para ganho financeiro”. Ambos sustentam que a “economia da emoção” estaria ligada a um segundo conceito, o de “política da emoção”, definido como a “otimização de conteúdo emocional baseado em dados para ganho político” :

Otimizar as emoções, seja para ganho financeiro ou político, implica compreender as pessoas em termos de demografia, interesses e disposição; criar conteúdo (por máquinas ou por pessoas) otimizado para ressoar com indivíduos e grupos perfilados; ter a ambição estratégica de evocar emoções para causar contágio; e registrar essa expressão emocional em formato digital para alimentar a próxima onda de info-contágio. Vemos a *economia da emoção* como a principal incubadora de informações falsas on-line, visto que isso decorre do modelo de negócios de plataformas digitais globalmente dominantes, ao mesmo tempo em que possibilita o modelo de negócios de mercenários da influência digital. Mas a *política da emoção* explora prontamente as ferramentas à sua disposição (Bakir; McStay, 2022, p. 29)⁶⁸.

Logo, a economia da emoção financiaria tanto os responsáveis por sites produtores de conteúdo desinformativo quanto os produtores de conteúdo extremista, sendo ainda capaz de influenciar a apresentação de notícias digitais, que estariam se tornando mais emocionais. Apoiados na literatura sobre o processo psicológico para a tomada de decisão, os autores sugerem que as emoções guiarão a formação das opiniões e o processo decisório (incluindo campanhas eleitorais), observando ainda que as teorias da conspiração, aliás profundamente impregnadas de conteúdo emocional, fornecem explicações consistentes para o público-alvo, ajudando-o a preservar suas crenças em situações de incerteza e diante da contradição. Haveria também uma relação entre as teorias da conspiração que alimentam falsidades no ciberespaço e a desconfiança em governos, autoridades e cientistas. Assim, a economia da emoção seria responsável por seis graves danos ao corpo cívico (Bakir; McStay, 2022, p. 112-116, 122):

Quadro 3 – Danos Causado ao Corpo Cívico pela Economia da Emoção

1.	Cidadãos mal-informados.
2.	Em certas circunstâncias, certas comunidades provavelmente permanecerão mal-informadas em “câmaras de eco” digitais.

⁶⁸ “Optimising emotions, whether for financial or political gain, entails understanding people in terms of demography, interests and disposition; creation of content (by machines or by people) optimised to resonate with profiled individuals and groups; strategic ambition to elicit emotion to cause contagion; and recording of this datafied emotion expression, to feed into the next wave of info-contagion. We see the *economics of emotion* as the core incubator of false information online, as this stems from the business model of globally dominant digital platforms while also enabling the business model of digital influence mercenaries. However, the *politics of emotion* readily exploits the tools at its disposal”. Tradução livre da autora.

3.	De forma mais ampla, usuários digitais são provocados emocionalmente (dada a natureza afetiva de muitas informações falsas), alimentando assim a polarização, percepções partidárias errôneas, incivilidade e ódio.
4.	Contágio, onde informações falsas e emotivas incubadas em “câmaras de eco” digitais e enclaves altamente partidários influenciam as mídias sociais mais amplas e as notícias tradicionais, espalhando assim seus poluentes.
5.	Danos democráticos fundamentais causados pelo perfilamento emocional e microssegmentação: fragmentação de debates nacionais importantes, supressão direcionada de eleitores e influência indevida sobre cidadãos suscetíveis.
6.	Aumento da desconfiança em importantes processos e instituições cívicas.

Fonte: Elaborado a partir de Bakir; McStay, 2022 p. 112-122 176⁶⁹.

Bucci (2025, p. 62) emprega o conceito de "Superindústria do Imaginário" para designar a indústria da comunicação digital cuja comunicação "dominada pela estética publicitária explora sentimentos e ressentimentos em prejuízo da verdade factual”:

O chamado “usuário” se diverte nas telas eletrônicas, certo de que desfruta graciosamente de funcionalidades criadas para lhe dar prazer. Sem saber, trabalha de graça – não trabalha apenas quando “posta” isso e aquilo, quando digita ou quando entrega de graça os seus dados para os anunciantes e para as empresas de propaganda política, mas quando, com seu olhar, assimila as induções significantes e cimenta os significados na grande tela do Imaginário. Ele é a mão de obra escrava do olhar, ele é a matéria prima gratuita e a mercadoria. Esse novo formato de escravização é o negócio mais lucrativo de toda a história do capitalismo (Bucci, 2025, p.67-68).

A seguir, em seu trabalho, Bakir e McStay (2022) discutem sete diferentes áreas para possíveis soluções para a defesa do corpo cívico contra os danos causados pela economia da emoção no ciberespaço. Os autores afirmam haver apetite público para tais soluções, sintetizadas abaixo, nas seguintes áreas: ação governamental; segurança cibernética; intermediários digitais /plataformas; anunciantes; persuasores políticos profissionais e relações públicas; organizações midiáticas; e educação.

⁶⁹ Tradução realizada com as ferramentas Google Tradutor e Linguee; revisão nossa.

Quadro 4 – Áreas para Possíveis Soluções na Defesa do Corpo Cívico de Problemas Causados pela Economia da Atenção

Área	Solução	Avaliação de Bakir e McStay
1. Ação governamental	Via medidas não-coercitivas e coercitivas. Ações não-coercitivas incluiriam declarações de governos e órgãos supranacionais, como a ONU, monitoramento do ciberespaço, desenvolvimento de sistemas de detecção de alerta precoce (integrando operações de segurança cibernética) e a preferência pela auto-regulação em vez da regulação das plataformas e intermediários. Já as medidas governamentais coercitivas abrangeriam prisões, condenações judiciais e até mesmo o desligamento da Internet durante períodos de turbulência social, incluindo ainda a promulgação de leis contra falsidades on-line.	A promulgação de leis contra falsidades on-line é um tipo de resposta privilegiada por governos autoritários, como o chinês, para criminalizar “rumores” digitais que “prejudicam a ordem econômica e social”.
2. Segurança cibernética	Concebida para enfrentar a “guerra informacional” empreendida por produtores de desinformação, sobretudo via redes sociais, medidas de segurança envolveriam a atuação coordenada de especialistas em segurança cibernética, desinformação, perícia digital, aplicação da lei, segurança nacional e jornalismo investigativo.	Em nações democráticas, as medidas de segurança se deparam com desafios institucionais que limitam a vigilância digital, além da exploração por maus atores (responsáveis pela produção e espalhamento da desinformação) de valores como a liberdade de expressão, credibilidade e transparência.
3. Intermediários/ Plataformas	Além de ações já adotadas, como ajustes no design e em algoritmos em resposta ao questionamento político e a má-publicidade resultante de escândalos recentes, as plataformas digitais têm executado medidas de moderação de conteúdo ⁷⁰ enquanto preservam seu modelo de negócios de maximização do engajamento dos usuários.	Embora proíbam certos tipos de conteúdo (como o discurso de ódio), as plataformas têm apresentado um desempenho insuficiente na aplicação das leis e na responsabilização de intermediários responsáveis pela publicação de conteúdo desinformativo.
4. Anunciantes	Considerando o perfilamento emocional de usuários como parte central da tecnologia publicitária (Adtech), além das medidas já adotadas pelas plataformas para asfixiar o financiamento publicitário de sites publicadores de desinformação, outra possível solução seria a promoção de políticas de transparência e segurança entre a indústria publicitária, marcas anunciantes e	Medidas em prol da transparência e segurança para anúncios digitais poderiam exacerbar a polarização entre grupos ideológicos que se sentissem negativamente atingidos.

⁷⁰ Em janeiro de 2025, Mark Zuckerberg, presidente da Meta, empresa que controla as redes sociais Facebook e Instagram e o aplicativo de mensagens WhatsApp anunciou que tais serviços iriam interromper iniciativas de moderação de conteúdo e de checagem de fatos (terceirizada), delegando a tarefa de detecção de falsidades e correção de informações aos próprios usuários. Segundo o jornal The New York Times, com a decisão, a Meta junta-se às plataformas X e YouTube, que já delegavam tais iniciativas aos usuários. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2025/01/07/technology/meta-facebook-content-moderation.html>

Área	Solução	Avaliação de Bakir e McStay
	editores digitais (publishers) para que anúncios legítimos não fossem publicados em redes publicitárias de reputação duvidosa.	
5. Persuasores políticos profissionais e relações públicas	Focadas em anúncios políticos ⁷¹ , as possíveis soluções alinham-se a recomendações da União Europeia (UE) e da Comissão Kofi Annan sobre Eleições e Democracia na Era Digital ⁷² para promoção da transparência das mensagens publicitárias, no conteúdo e financiamento, relatórios abertos de gastos publicitários pelas plataformas e limitações no uso da amplificação e microssegmentação. Outras soluções auto-regulatórias incluiriam iniciativas de mudança do comportamento do público diante de influenciadores, bots e trolls ⁷³ .	Os autores acreditam em medidas regulatórias, enquanto desacreditam de iniciativas auto-regulatórias que visem a mudança de comportamento do público.
6. Organizações midiáticas	Reequilíbrio financeiro de organizações jornalísticas via medidas como o recebimento de parte dos lucros das plataformas, uma medida que provavelmente enfrentaria a reação negativa das plataformas, que poderiam cortar os investimentos já realizados no jornalismo. Outras possíveis soluções incluiriam ajustes algorítmicos para promover conteúdo jornalístico legítimo; ações para restaurar a credibilidade jornalística, como maior transparência sobre fontes; processos editoriais; e checagem de fatos.	Não haveria evidências empíricas sobre a capacidade de se restaurar a credibilidade do jornalismo. Além disso, “os processos políticos e comerciais de longa data de manipulação e mercantilização” seriam a causa-raiz para a perda de confiança. Quanto à checagem de fatos, seria uma atividade cara e de eficácia questionável: “aqueles que mais precisam ver a verificação de fatos não o fazem”.
7. Educação	Desde 2014 a Finlândia tem adotado políticas de educação midiática exitosas para ensinar cidadãos, jornalistas e políticos a combater a desinformação criticamente. Trata-se de um país de características únicas que favorecem iniciativas de AMI.	A Finlândia é um país de características únicas [cujas políticas seriam difíceis de ser replicadas]. Na Índia, campanhas educativas obtiveram apenas efeitos de curto prazo na “melhoria do discernimento entre manchetes de notícias tradicionais e falsas” mesmo entre indivíduos altamente educados. A literatura indica que inocular as pessoas com fatos contra a desinformação tem funcionado para o aquecimento global, uma questão altamente

⁷¹ Segundo o Ministério Público Federal (MPF) e de acordo com as normas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), “é proibido fazer campanha eleitoral paga na internet. A exceção é para o impulsionamento de conteúdos nas redes sociais (quando as plataformas ampliam o alcance de determinada postagem mediante pagamento) e para a priorização de resultados em ferramentas de busca (links patrocinados). O impulsionamento só pode ser contratado e pago por partidos, federações, coligações, candidatos, candidatas e seus representantes”. Disponível em: <https://www.mpf.mp.br/pgr/noticias-pgr2/2024/eleicoes-2024-conheca-as-regras-para-propaganda-politico-eleitoral-na-internet>

⁷² Disponível em: <https://www.kofiannanfoundation.org/elections-democracy/the-kofi-annan-commission-on-elections-and-democracy-in-the-digital-age/>

⁷³ No jargão da internet, bots “são contas de mídia social operadas inteiramente por programas de computador, projetadas para gerar posts e/ou engajar com algum conteúdo numa plataforma específica”. Já trollagem (trolling) “é o ato deliberado de postar conteúdo ofensivo e exaltado numa comunidade on-line com a intenção de provocar leitores ou interromper uma conversa. Hoje, o termo ‘troll’ é mais usado para se referir a uma pessoa que assedia ou insulta outras on-line. Mas também descreve contas controladas por humanos que desempenham atividades semelhantes a [um] bot”. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/glossario-da-desinformacao>

Área	Solução	Avaliação de Bakir e McStay
		politizada, independentemente de atitudes anteriores. De forma geral, poderia ser frutífero treinar as pessoas a pensar de analiticamente ou estimular a fazerem uma pausa [antes de reagir a um estímulo emocional].

Fonte: Elaborado a partir de Bakir; McStay, 2022 p. 205-235.

Em suas conclusões finais, Bakir e McStay (2022) afirmam que em última análise quando comparada a modelos de negócios que promovem informações emotivas e falsas, qualquer solução proposta enfrenta uma tarefa árdua. Logo, segundo eles, a “solução definitiva” para os efeitos negativos da economia da emoção seria a alteração dos modelos de negócios das plataformas tecnológicas via medidas regulatórias, impedindo-as de buscar o máximo engajamento dos usuários, além da não utilização de algoritmos capazes de viralizar o conteúdo emocional e enganoso. A propósito, segundo a American Association of Psychology (APA) (2024), as pessoas tendem a acreditar mais em falsidades compartilhadas por fontes internas de um mesmo grupo do que em fontes externas. Também segundo a APA, o caráter emocional de um determinado conteúdo falso desempenha um papel importante em sua disseminação: falsidades que despertam medo e ultraje tendem a gerar mais confiança. Da forma similar, mensagens que pintam oponentes negativamente tendem a despertar mais crédito, enquanto mensagens de teor falso sobre indivíduos do mesmo grupo tendem a gerar descrédito⁷⁴.

A questão da formação de crenças, sejam ou não baseadas na realidade factual, assim como o seu compartilhamento no ciberespaço, estão estreitamente ligadas às identidades, profundamente marcadas, por sua vez, pela ideia de visão de mundo. A partir do conceito kantiano de *weltanschauung*⁷⁵ Alessiato (2022) resgata a história do termo, indicando as contribuições de pensadores alemães como Karl Jaspers (1883-1969) para sugerir que o potencial conflito entre visões de mundo conflitantes não é acidental, mas inerente a ele. Para a autora, por *weltanschauung* Kant compreende uma “faculdade abrangente e imaginativa da razão humana orientada para a ideia de unidade”, sugerindo a capacidade individual para elaborar um conceito integral do mundo para todos os fenômenos que vivencia nele e por meio dele (Alessiato, 2022, p. 399).

Enquanto ao longo do século XIX a noção de *weltanschauung* se popularizou entre os alemães mais cultivados, no início do século XX, segundo a autora, Jaspers, cuja obra filosófica é influenciada por sua formação e atuação como médico e psicólogo, evidencia o seu

⁷⁴ Disponível em:

<https://www.apa.org/topics/journalism-facts/misinformation-belief-action#:~:text=People%20are%20more%20likely%20to,such%20as%20fear%20and%20outrage>.

⁷⁵ Proposto por Immanuel Kant (1724-1804) em "Crítica da Razão Pura" (1787), o conceito de *weltanschauung* pode ser traduzido para o português como “visão de mundo” ou “cosmovisão”. Uma vez que o termo cosmovisão tem sido frequentemente usado numa acepção de caráter religioso, optamos por utilizar visão de mundo.

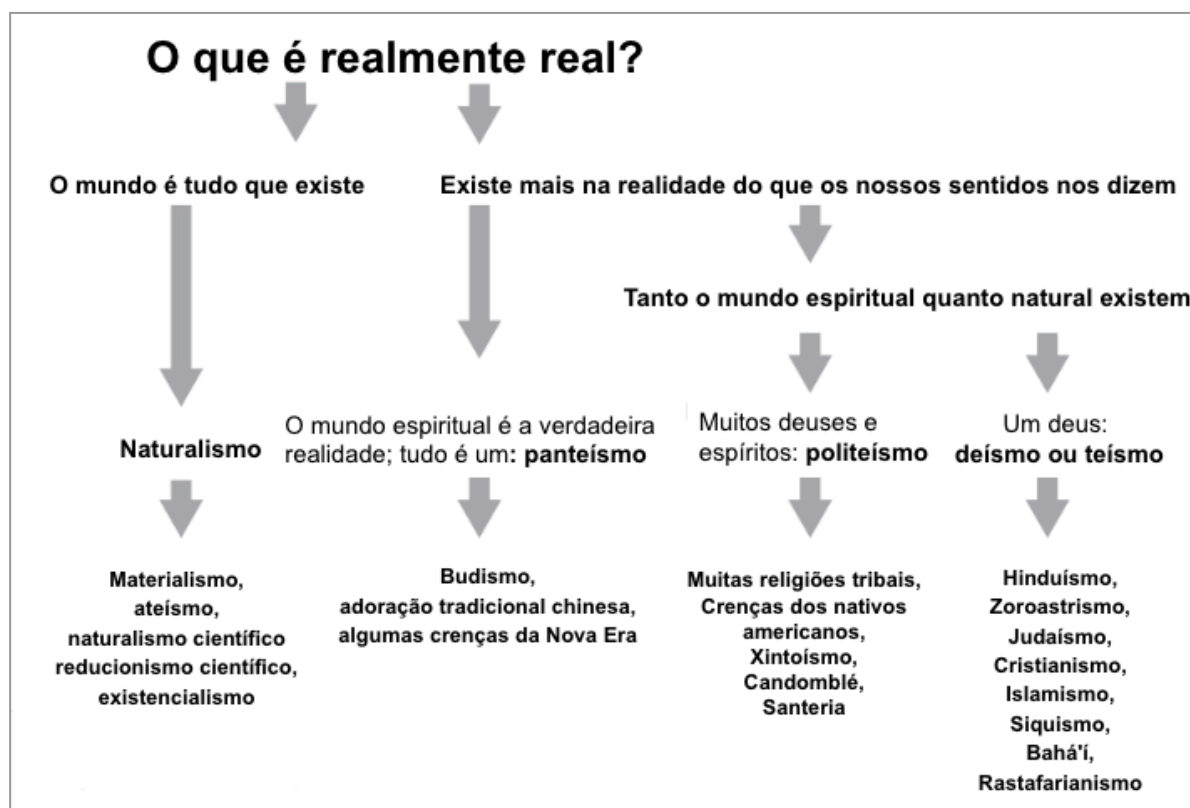
caráter abrangente. Ainda segundo Alessiato (2022), a leitura que Jaspers faz do conceito de visão de mundo traz uma série de implicações, entre as quais se destacam: é uma questão de vida; é uma mistura complexa (incluindo características de personalidade, psicológicas, culturais e metafísicas); diz respeito ao indivíduo e a seu mundo; relaciona-se à concretude e autenticidade, revelando-se em “manifestações históricas objetivas, incluindo doutrinas religiosas, teorias científicas, princípios morais ou um cânone ético, hábitos sociais, interpretações passadas, narrativas mitológicas e assim por diante” (Alessiato, 2022, p. 400). Vale ressaltar a primeira implicação do conceito como uma questão de vida:

Avaliação, valores, vontade e escolha – esses termos sugerem que uma cosmovisão abrange um conjunto de crenças, ideias, ideais, visões, sentimentos e julgamentos que servem de base para os indivíduos se orientarem no mundo. A cosmovisão traz ordem ao mundo do sujeito, ajudando-o a separar o que é uma vida digna para ele e o que é irrelevante, o que é adequado para a vida e o que não é. O que emerge é o valor pragmático e orientado por crenças da visão de mundo do indivíduo. Assim, uma visão de mundo é necessária não apenas para conhecer, mas para viver – ela implica não apenas uma avaliação do mundo, mas também ajuda o ser humano a viver nele de forma significativa (Alessiato, 2022, p. 402)⁷⁶.

Ao tematizar sobre as relações entre diversas abordagens do tratamento médico e a fé religiosa do paciente – ou sua ausência –, Gray (2011, p. 59) conceitua visão de mundo como “uma coleção de atitudes, valores, histórias e expectativas sobre o mundo à nossa volta, que informam cada pensamento e ação nossa”, acrescentando ainda que “temos uma tendência natural em pensar que o que acreditamos é normal, equilibrado e verdadeiro. Desta forma, não percebemos “as rodas do nosso carro se movendo até que haja um ruído anormal”. Gray então propõe o mapa conceitual, reproduzido abaixo, cujo ponto de partida para a percepção do real é justamente a crença ou descrença em Deus, perspectiva que fundamentaria diversos credos religiosos e, mais amplamente, uma diversidade de visões de mundo:

⁷⁶ “Evaluation, values, will, and choice – these terms suggest that a worldview embraces a set of beliefs, ideas, ideals, views, feelings, and judgments that serve as grounds for individuals to orient themselves in the world. The worldview brings order to the world of the subject by helping them to separate what is a life worthy for them and what is irrelevant, what is fitting for life, and what is not. What emerges is the belief-oriented and pragmatic value of the individual’s worldview. Thus, a worldview is needed not only to know but to live – it implies not only an assessment of the world, but it helps the human being to live meaningfully in it.” Tradução livre da autora.

Figura 9 – Mapa de Visão de Mundo, segundo Gray



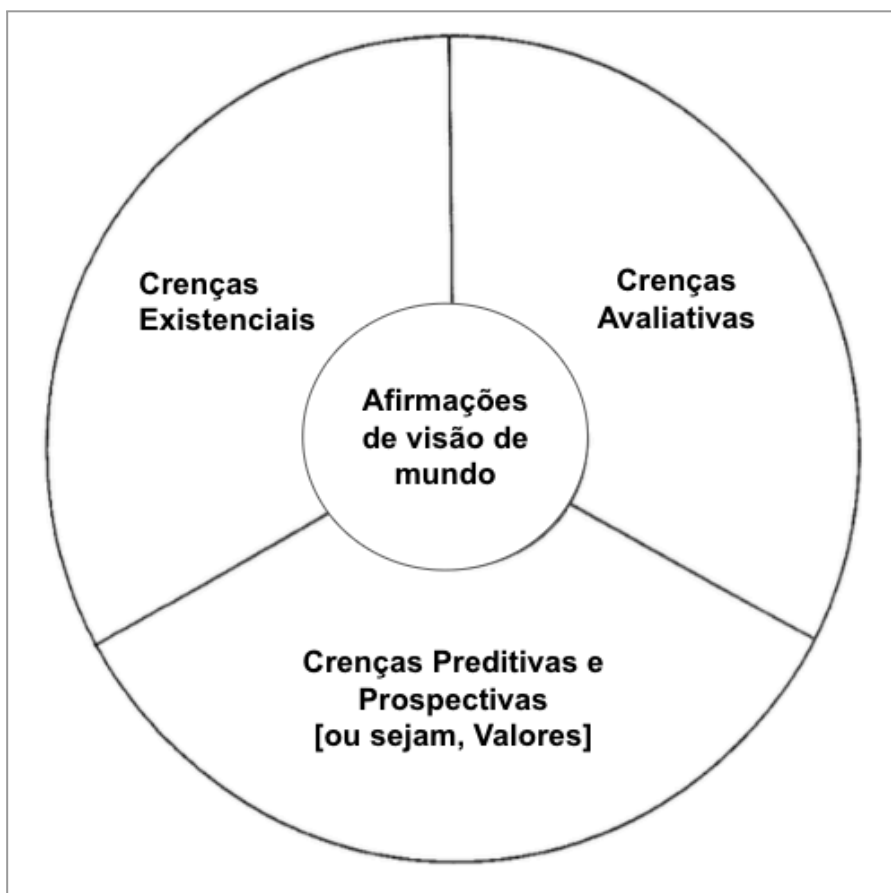
Fonte: Reproduzido de Gray, 2011, p. 59⁷⁷.

Para Koltko-Rivera (2004, p. 3), visão de mundo “é um conjunto de suposições sobre a realidade física e social que podem ter efeitos poderosos na cognição e no comportamento” e que, num sentido mais amplo, a partir de M. E. Miller & West (1993), “é a lente interpretativa que alguém usa para entender a realidade e sua existência dentro dela”. Ainda segundo Koltko-Rivera (2004, p. 5, grifo nosso), “uma visão de mundo é uma maneira de descrever o universo e a vida nele, **tanto em termos do que é quanto do que deveria ser**”.

Assim, a pressuposição do que o mundo deveria ser tem claras repercussões sobre aquilo que se declara, inclusive no ambiente digital, a partir de um conjunto de três tipos de crenças e percepções individuais, que moldaram as visões de mundo e respectivas afirmações, conforme o diagrama abaixo:

⁷⁷ Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

Figura 10 – Relações Conceituais entre Crenças, Valores e Declarações de Visão de Mundo, segundo Koltko-Rivera



Fonte: Reproduzido de Koltko-Rivera, 2004, p. 5⁷⁸.

Em grande medida, o sistema de perspectivas, crenças, preferências (e aversões) descrito pelo conceito de visão de mundo reverbera na formação e atuação de grupos sociais antagônicos, um fenômeno de alcance global profundamente relacionado à desinformação no ambiente digital. Compreendida de forma resumida como a divisão da sociedade em pólos políticos opostos e mutuamente hostis (Garzón-Velandia, Barreto-Galeano, Sabucedo Cameselle, 2024), a polarização desponta como um tema crítico na vida nacional e também no contexto da AMI para a população extraescolar.

Além da nítida clivagem da parcela majoritária do eleitorado brasileiro em torno das candidaturas ideologicamente opostas de Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro (UOL, 2022), conflitos de natureza partidária têm estimulado a violência verbal e física, incitando

⁷⁸ Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

episódios como intimidações, agressões e até mesmo homicídios (GIEL, 2022; Soprana, 2022). Em julho de 2022, o assassinato do militante petista Marcelo Arruda pelo bolsonarista Jorge Guaranho ganhou repercussão nacional como um caso em que a violência de cunho político teria sido fomentada por agressões verbais (BBC Brasil, 2022). Outro evento histórico recente a ser destacado são os ataques de 8 de janeiro de 2023. Marcados por vandalismo, invasões de prédios governamentais e a depredação do patrimônio público em Brasília, os atos de 8 de janeiro visavam derrubar o estado democrático de direito a partir de acusações falsas (desinformação) de que o sistema eleitoral brasileiro, baseado em urnas eletrônicas e apuração digital, teria sido fraudado nas eleições presidenciais de 2022⁷⁹.

Este ambiente conflagrado alcançou um alto nível de tensionamento social no Brasil a partir dos protestos que levaram milhões às ruas em junho de 2013, um movimento político agravado ao longo do processo de impeachment de Dilma Rousseff três anos mais tarde (Bucci, 2016) e pela eleição de Bolsonaro em 2018. A partir da análise estatística das séries históricas das pesquisas de opinião pública LAPOP e World Values Survey, Zeine, Moretto e Ortellado (2021) constataram que a polarização apresenta-se no Brasil em quatro dimensões, a seguir, consagradas pela literatura mundial:

1. Opiniões sobre temas políticos;
2. Identidades políticas;
3. Alinhamento das opiniões com identidades;
4. Afetiva, definida como animosidade política entre identidades políticas adversárias

Segundo eles, as variáveis idade e baixa escolaridade seriam fatores relevantes, constelando-se ao fato de que a polarização tende a crescer mais rapidamente entre indivíduos mais velhos, sugerindo que tanto as experiências compartilhadas de uma geração, quanto as experiências comuns aos ciclos da vida atuariam no aumento da polarização das identidades. De forma consensual, a literatura tem indicado o fenômeno como fator de risco para a democracia, erodindo a confiança do público no estado de direito e em processos democráticos tais como a realização de eleições e apuração de votos. Já as iniciativas focadas na mitigação do impacto polarizador demandariam um conhecimento interdisciplinar. Além da sociologia e

⁷⁹ Disponível em:

<https://www.jota.info/stf/do-supremo/de-fake-news-sobre-eleicoes-ao-8-de-janeiro-veja-o-cronograma-da-trama-golpista>

da ciência política, o esforço para compreender a questão e seus efeitos nocivos abrangeriam, de forma articulada, os campos da comunicação (incluindo a linguística), da psicologia (estudos cognitivos) e da neurociência.

A propósito, a pesquisa de opinião “O Papel dos Invisíveis na Divisão Política do Brasil” (More in Common, 2025) conduzida no Brasil pelo instituto de opinião Quaest, indicou um quadro diverso. Conduzido no Brasil pelo instituto de opinião Quaest, o levantamento apontou que a maioria (54%) dos entrevistados não estariam polarizados. Segundo o estudo, cerca de 10% da população, “na esquerda, os Progressistas Militantes e, na direita, os Patriotas Indignados, cada um com aproximadamente 5%” estariam polarizados. Por serem altamente vocais, suas manifestações, inclusive na internet, tenderiam a obter maior visibilidade. Argumentamos que os resultados da pesquisa não são apenas positivos, podendo também significar oportunidades para o engajamento para AMI, inclusive entre o segmento extraescolar. Cabe ainda assinalar que a despeito de serem considerados menos polarizados e vocais, uma maioria de milhões de brasileiros, os “invisíveis”, segue vulnerável à desinformação e à manipulação emocional no ambiente digital.

Ao investigar o cenário informacional nos Estados Unidos durante a campanha eleitoral que conduziu pela primeira vez o republicano Donald Trump à presidência, em 2016, e durante o primeiro ano de seu primeiro mandato, Benkler, Faris e Roberts (2018) concluíram que as redes sociais não foram os principais responsáveis pela disseminação de informações falsas de cunho político naquele período. Valendo-se de extensa análise estatística e de estudos de caso, os autores concluíram que os germes da desinformação e do discurso de ódio, responsáveis pela crise epistêmica atual, começaram a ser disseminados junto à opinião pública dos Estados Unidos entre 1970 e 1980 – portanto, no ambiente analógico – antes das escaramuças digitais da campanha do republicano Trump contra a candidata democrata Hillary Clinton.

Os três autores revelaram também um modelo de “polarização assimétrica” no ecossistema midiático nos Estados Unidos através da análise de compartilhamentos na então rede social Twitter e Facebook de conteúdo originalmente produzido por sites noticiosos e de mídia hiper-partidária ao longo de todo o espectro ideológico. Nesse ambiente, os meios de comunicação considerados de esquerda, como o site Huffington Post, vêm-se de certa forma alinhados com os meios centristas, como o site The Hill (de cobertura de temas legislativos), ao

passo que os meios de direita, como o canal de TV a cabo Fox News, reconhecidos pela publicação de informações factualmente distorcidas, seriam mais refratários à admissão de erros, não se alinhando tampouco a publicações digitais alinhadas ao centro do espectro político. Ainda de acordo com Benkler, Faris e Roberts (2018), tal padrão de alinhamento acirrou-se durante o primeiro mandato de Donald Trump.

Causa-raiz da polarização, o tema das guerras culturais surgiu nos Estados Unidos no início da década de 1990, motivando intensos debates acadêmicos no âmbito da ciência política não apenas sobre sua própria existência como também seu possível impacto nas relações sociais e interpessoais naquele país. Através de uma extensa crônica e exame sobre conflitos familiares, comunitários e de caráter nacional, o sociólogo Hunter (1991) introduziu a questão, alertando para o seu potencial socialmente disruptivo. Apesar dos questionamentos iniciais sobre sua relevância e gravidade (DiMaggio e *et al.*, 1996; Fiorina *et al.* 2004 e 2008), as guerras culturais não só têm sido gradativamente percebidas como um campo de estudo pertinente como também responsabilizadas como a origem de profundos conflitos sócio-políticos potencialmente destabilizadores de regimes democráticos. Além de se valer do termo polarização para descrever o conflito entre conservadores e progressistas, ao analisar as batalhas travadas sobre temas como valores familiares, religião, educação, política, legislação, arte e cultura, Hunter propõe o conceito de "conflito cultural", sublinhando o caráter da identidade e da busca da supremacia entre os lados antagônicos da disputa:

Defino conflito cultural de forma muito simples como hostilidade política e social enraizada em diferentes sistemas de compreensão moral. O objetivo a que essas hostilidades tendem é a dominação de um ethos cultural e moral sobre todos os outros. Deixe-me ser claro: os princípios e ideais que marcam esses sistemas concorrentes de compreensão moral não são de forma alguma insignificantes, mas têm sempre um caráter de supremacia. Não são meramente atitudes que podem mudar por capricho, mas compromissos e crenças básicas que fornecem uma fonte de identidade, propósito e união para as pessoas que os seguem. É precisamente por essa razão que a ação política enraizada nesses princípios e ideais tende a ser tão apaixonada (Hunter, 1991, p. 42-43)⁸⁰.

Nos Estados Unidos, o conflito cultural estaria por trás de episódios violentos como a

⁸⁰ "I define cultural conflict very simply as political and social hostility rooted in different systems of moral understanding. The end to which these hostilities tend is the domination of one cultural and moral ethos over all others. Let me be clear, the principles and ideals that mark these competing systems of moral understanding are by no means trifling but always have a character of ultimacy to them. They are not merely attitudes that can change on a whim but basic commitments and beliefs that provide a source of identity, purpose, and togetherness for the people who live by them. It is precisely for this reason that political action rooted in these principles and ideals tend to be so passionate". Tradução livre da autora.

invasão do Congresso norte-americano em 6 de janeiro de 2021 por partidários de Trump que tentaram impedir, pelo uso da força, a certificação da vitória do então candidato democrata Joe Biden (Morgan, 2022). Aliás, desde 2010, pesquisas no campo da ciência política e comunicação política de Iyengar e *et al.* (2012), assim como Mason (2015) têm destacado o papel da polarização afetiva, marcada pela animosidade entre indivíduos com identidades políticas antagônicas. Mais recentemente, Iyengar e *et al.* (2018) revisitaram o tema, constatando que os nos Estados Unidos, indivíduos de orientações políticas opostas desgostam e desconfiam de pessoas do campo rival, não se dispondo a socializar para além das linhas partidárias. Os autores reafirmam que a polarização afetiva opera através da consolidação da identidade social, por sua vez intensificada por fatores como a exposição a conteúdos informativos hiper-partidários (não necessariamente na internet) e campanhas políticas, além das redes interpessoais on-line e off-line, cada vez mais homogêneas. Ainda segundo os autores, duas razões fazem do partidarismo um poderoso identificador: 1. É adquirido numa idade jovem e raramente muda ao longo do tempo; 2. As campanhas eleitorais – ocasiões formais de expressão da identidade partidária – acontecem periodicamente e duram por vários meses com efeitos até mesmo por vários anos.

Atuando no campo da linguística cognitiva, Lakoff (1996) propõe que o processo de identificação político-partidária é determinado por metáforas conceituais inconscientes originárias do conceito de “nação enquanto família”. A partir da realidade social dos Estados Unidos, que assim como o Brasil é um país profundamente polarizado, o autor afirma que cada uma das duas visões primárias – conservadora e liberal (ou progressista) – operariam de acordo com um modelo radial de intensidade em nível dos indivíduos, valores, prioridades e agendas políticas, com diferenças agudas e não raro conflitantes, marcadas por mal-entendidos e embates no cenário político⁸¹.

De acordo com Lakoff (1996), enquanto a visão de mundo conservadora seria guiada

⁸¹Lakoff admite a existência de variações entre as duas visões primárias propostas, conservadora e liberal. “There are, of course, far more than two forms of morality and politics, even among conservatives and liberals. But set within normal human minds, the two family systems and moral systems that I will be outlining give rise, in a systematic way, to a considerable number of actual moral and political positions, each of which is a variation on the one of the two systems. Such variations occur systematically because human-structure category is radial” (Lakoff, 1996., p. 13-14). “Existem, é claro, muito mais do que duas formas de moralidade e política, mesmo entre conservadores e liberais. Mas, inseridos em mentes humanas normais, os dois sistemas familiares e morais que irei delinear dão origem, de forma sistemática, a um número considerável de posições morais e políticas reais, cada uma delas uma variação de um dos dois sistemas. Tais variações ocorrem sistematicamente porque a categoria estrutura-humano é radial”. Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

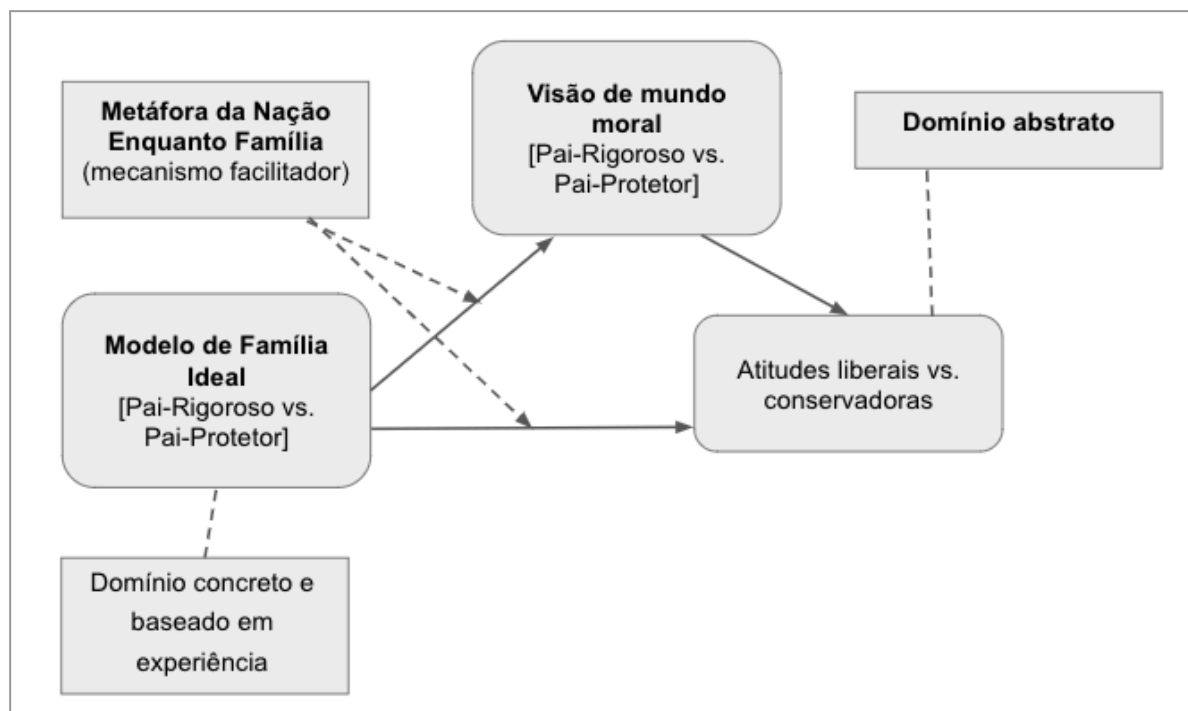
pelo modelo de "pai rigoroso", a liberal seguiria o do "pai protetor". Se de um lado o modelo conservador valorizaria a família nuclear e preceitos ligados à autoridade e tradição, de outro, o liberal priorizaria traços como empatia, proteção e equidade. Em termos de agenda política, os conservadores prezam a livre iniciativa, a primazia da autoridade masculina e o chamado "estado mínimo." Já os liberais defenderiam o meio-ambiente, feminismo, benefícios sociais e a taxação dos mais ricos.

O que temos aqui são duas formas diferentes de moralidade baseadas na família. O que os liga à política é um entendimento comum da nação como uma família, com o governo como pai. Assim, é natural que os liberais vejam como função do governo ajudar as pessoas necessitadas e, portanto, apoiar programas sociais, enquanto é igualmente natural para os conservadores ver a função do governo como exigindo que os cidadãos sejam auto disciplinados e autônomos, independentes e, portanto, capazes de ajudar a si mesmos (1996, p. 35-36)⁸².

Conforme o diagrama elaborado por Feinberg e Wehling (2018) a partir da teoria da política moral proposta por Lakoff (1996), as duas formas opostas de visões de mundo – de “pai rigoroso” e “pai protetor” – geradas pela metáfora da nação enquanto família, existem tanto no domínio abstrato quanto no concreto, fundamentando atitudes liberais, frequentemente contrapostas a atitudes conservadoras. A propósito, para Hunter (1991), tal embate é travado nas chamadas guerras culturais, refletindo-se inclusive, no campo do debate e das políticas públicas.

⁸² “What we have here are two different forms of family-based morality. What links them to politics is a common understanding of the nation as a family, with the government as parent. Thus it is natural for liberals to see it as the function of the government to help people in need and hence to support social programs, while it is equally natural for conservatives to see the function of the government as requiring citizens to be self-disciplined and self-reliant and, therefore, to help themselves”. Tradução livre da autora.

Figura 11 – Modelo da Teoria da Política Moral, Baseado em Lakoff, sobre como os Paradigmas Familiares de Pai Rigoroso e de Pai Protetor se Traduzem em Visões de Mundo, Orientando Atitudes Políticas



Fonte: Reproduzido de Feinberg e Wehling, 2018⁸³.

Se as metáforas de nação enquanto família propostas por Lakoff (1996) dividem e antagonizam os portadores das visões de mundo conservadora e liberal, de sua parte, no campo da ciência política, Iyengar *et. al* (2018, p. 139) sugerem a estratégia de redução da "saliência" das identidades partidárias como uma possível estratégia mitigadora da polarização. Os autores acreditam que uma linha de pesquisa promissora esteja no contato intergrupal capaz de examinar se o engajamento construtivo de grupos políticos oponentes poderia abrandar a animosidade partidária. Assim, em vez de considerarem o outro lado como um oponente aversivo, nos Estados Unidos, por exemplo, indivíduos democratas e republicanos passariam a se enxergar como membros de um grupo comum de cidadãos – ou da mesma família enquanto nação, segundo a metáfora de Lakoff (1996). Aliada a tal estratégia, Iyengar *et. al* (2018) sugerem que o nível de polarização possa ser mitigado através da redução dos vieses gerados

⁸³ Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0193347>. Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

pelas divisões partidárias existentes dentro e fora dos grupos polarizados.

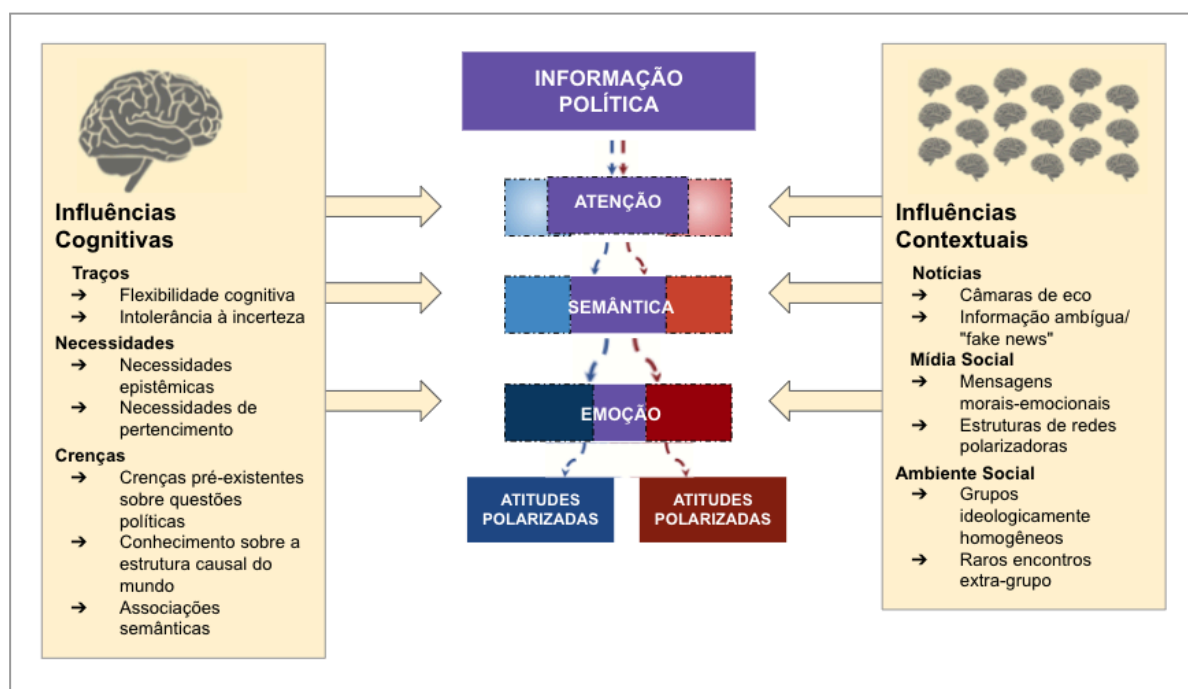
Financiado pelo Centro de Excelência em Pesquisa Biomédica do Instituto de Medicina Geral, instituição filiada ao Instituto Nacional de Saúde (NIH), dos EUA, um estudo sobre a polarização conduzido pela dupla formada pelo neurocientista Van Baar e a psicóloga cognitiva FeldmanHall (2022) recomenda uma abordagem que contemple traços cognitivos, questões contextuais – compreendidas como a estrutura do ambiente social, que por sua vez abrange fatores comportamentais como a pressão social, expectativas dos outros, normas sociais e hábitos – e novos métodos de neuroimagem. Para os autores, tal abordagem transversal se faz necessária à compreensão da polarização diante das limitações de condutas existentes com o intuito de mitigar o problema, como a publicação de correções factuais junto de conteúdos enviesados postados em redes sociais. Apoiados em pesquisas sobre a efetividade da publicação de checagens junto a indivíduos polarizados (Bail *et al.*, 2018; Jones & Harris, 1967; Nyhan & Reiler, 2010), Van Baar e FeldmanHall afirmam que a checagem de fatos não apenas falha junto a indivíduos já polarizados, como chega a ter o efeito contrário, agravando a polarização. A propósito, ambos também sugerem que a proibição do discurso de ódio na Internet poderia ter um efeito perverso semelhante, "empurrando" indivíduos polarizados para os "poços de ódio" da Web (2022, p.4).

Seria preciso, portanto, compreender como a intolerância dos indivíduos à incerteza, associada, por sua vez, a fatores cognitivos, interage com fatores contextuais, como mídias sociais e eventos esportivos ou de natureza político-partidária. O processo gerador de atitudes polarizadas se daria em três etapas do processamento psicológico: atenção, semântica e emoção (2022, p.6)). Dessa forma, pessoas com baixa flexibilidade cognitiva e fortes necessidades epistêmicas seriam mais propensas à polarização.

Apoiando-se nos trabalhos de Iyengar *et al.* (2018) sobre a polarização afetiva, Van Baar e FeldmanHall também observam que as interações cognitivo-contextuais são necessárias para explicar como a experiência subjetiva de eventos como assistir a uma partida esportiva ou participar de um comício pode ser muito diferente entre indivíduos de partidos políticos oponentes. Assim, a experiência subjetiva não poderia ser aferida isoladamente, apenas como um traço cognitivo ou como um fator prontamente acessível do ambiente. Ela se

moldaria dentro de nossas mentes, onde os traços cognitivos encontram a contribuição contextual. Mas métodos avançados psicológicos, fisiológicos e de neuroimagem poderiam, segundo os autores, testar cada etapa isoladamente, revelando como e onde a polarização aparece (2022, p7).

Figura 12 – Mecanismos Psicológicos da Polarização Política, segundo Van Baar e FeldmanHall



Fonte: Reproduzido de Van Baar e FeldmanHall, 2022, p. 7⁸⁴.

Assim, a polarização pode surgir em qualquer etapa do processamento psicológico:

A polarização política pode surgir em qualquer número de etapas do processamento psicológico. As influências cognitivas e contextuais interagem para moldar a atenção, semântica, emoção e memória (entre outras). Essas etapas filtram sequencialmente um estímulo político neutro (ou tendencioso) para que ele eventualmente forme uma experiência subjetiva polarizada. Os métodos modernos de neuroimagem, psicológicos e fisiológicos podem testar cada uma dessas etapas isoladamente, revelando como elas contribuem conjuntamente para a polarização (Van Baar e FeldmanHall, 2022, p. 7)⁸⁵.

Para identificar e medir o fenômeno polarizador em nível individual, ambos propõem

⁸⁴ Tradução nossa.

⁸⁵ "Cognitive and contextual influences interact to shape attention, semantics, emotion, and memory (among others). These stages sequentially filter a neutral (or biased) political stimulus so that it eventually forms a polarized subjective experience. Modern neuroimaging, psychological, and physiological methods can test each of these stages in isolation, revealing how they jointly contribute to polarization". Tradução livre da autora.

técnicas de ciências comportamentais e cognitivas, tais como a codificação do movimento facial do indivíduo e sua postura corporal, a medição da condução elétrica na pele e o rastreamento ocular. A fim de superar possíveis limitações apresentadas por essas ferramentas, os autores recomendam sua combinação com técnicas de eletroencefalografia e de ressonância magnética funcional (fMRI). Em termos da leitura dos dados obtidos, a análise de semelhança representacional (RSA) teria revelado não apenas onde, mas também como um estímulo polarizador é codificado no cérebro. Por fim, os autores argumentam que uma abordagem cognitiva-contextual aliada ao novo campo da psicologia política poderia esclarecer o processo mental pelo qual as pessoas se polarizam:

Uma abordagem combinada cognitivo-contextual à psicologia política pode esclarecer como os indivíduos se entrincheiram em um cenário político polarizado, desvendando os mecanismos psicológicos da polarização. Esse esforço pode, eventualmente, ter implicações políticas abrangentes, gerando novas intervenções para sociedades mais coesas e democracias eficazes. Utilizar imagens cerebrais para testar diretamente os mecanismos psicológicos da percepção polarizada será inestimável nesse esforço (Van Baar, FeldmanHall, 2022, p. 10)⁸⁶.

Conforme Fisher *et al.* (2018), a polarização estaria mudando a própria compreensão da verdade factual em debates acirrados sobre temas divisivos como o aquecimento global ou o direito ao aborto. A partir de pesquisas de psicologia cognitiva, os autores afirmam que o estilo de discurso adotado num debate político sobre temas controversos – seja argumentando, de um lado, para aprender, e de outro, para vencer – alteraria a compreensão da própria questão em debate. Nesse "tribalismo da verdade", quanto mais debatemos para vencer de forma combativa – um estilo frequente em fóruns on-line – mais acreditaríamos que há uma única resposta objetivamente correta, que todas as outras estão erradas e que deveríamos derrotar nosso oponente. Nos experimentos relatados pelos autores, indivíduos escalados para debater para ganhar demonstravam-se mais objetivistas depois dos debates do que aqueles que haviam sido escalados para debater para aprender (Fisher *et al.*, 2018, p. 4-5).

Logo, o contexto social do debate, ou seja, a forma como as pessoas classificam a finalidade da discussão em si, alteraria a percepção sobre a própria questão filosófica acerca da

⁸⁶ “A combined cognitive-contextual approach to political psychology can illuminate how individuals become entrenched in a polarized political landscape by unpacking the psychological mechanisms of polarization. This effort may eventually have broad-ranging policy implications, sparking new interventions for more cohesive societies and effective democracies. Leveraging brain imaging to directly test the psychological mechanisms of polarized perception will prove to be invaluable in this endeavor”. Tradução livre da autora.

existência da verdade objetiva. No caso dos objetivistas, sua atitude revelou-se especialmente controversa no debate sobre o exato momento do início da vida humana, que permeou uma discussão mais ampla sobre o direito ao aborto. Os autores também constataram que num ambiente polarizado, a postura de se argumentar para aprender pode recair no chamado "falso equilíbrio" sobre um tema com clara comprovação científica, como a mudança climática:

Quanto mais argumentamos para vencer, mais sentiremos que existe uma única resposta objetivamente correta e que todas as outras são erradas. Por outro lado, quanto mais argumentamos para aprender, mais sentiremos que não há uma verdade objetiva única e que diferentes respostas podem ser igualmente corretas. Portanto, da próxima vez que estiver decidindo como entrar numa discussão no Facebook sobre a questão controversa do dia, lembre-se de que você não está apenas escolhendo como interagir com uma pessoa que defende a opinião contrária. Você também está tomando uma decisão que moldará a maneira como você – e os outros – pensam sobre se a pergunta em si tem ou não uma resposta correta (Fisher *et. al*, 2018, p. 8-9)⁸⁷.

Conforme examinado neste capítulo, os aspectos cognitivos e socioemocionais moldam a interpretação de informações, das atitudes dos indivíduos no ciberespaço e de suas percepções sobre a verdade factual. Tais aspectos permeiam visões de mundo, e por extensão, os valores morais, sendo a causa-raiz da polarização política e das chamadas guerras culturais. Tais aspectos devem, portanto, ser compreendidos e priorizados por iniciativas de AMI, inclusive aquelas focadas na população extraescolar.

⁸⁷ “The more we argue to win, the more we will feel that there is a single objectively correct answer and that all other answers are mistaken. Conversely, the more we argue to learn, the more we will feel that there is no single objective truth and different answers can be equally right. So the next time you are deciding how to enter into an argument on Facebook about the controversial question of the day, remember that you are not just making a choice about how to interact with a person who holds the opposing view. You are also making a decision that will shape the way you – and others – think about whether the question itself has a correct answer”. Tradução feita com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA, RECURSOS E INICIATIVAS DE AMI DISPONÍVEIS À POPULAÇÃO EXTRAESCOLAR

Referência internacional sobre as competências necessárias (sobretudo em sala de aula) para o exercício da cidadania no mundo digital, o relatório “Alfabetização Midiática e Informacional - Diretrizes para a Formulação de Políticas e Estratégias” (UNESCO, 2016) demarca o campo da alfabetização midiática e informacional como um conceito que harmonize e inclua os vários tipos de aquisição de competências na era digital, além de estabelecer diretrizes para políticas públicas e estratégias de menor escala. Segundo o relatório, as iniciativas relacionadas à AMI têm como meta o desenvolvimento da sociedade, a fim de que a população em geral acesse a informação, participe da definição de políticas, exija direitos, melhore e amplie suas oportunidades de desenvolvimento econômico, social e político (geração de renda, acesso a serviços, participação democrática).

Especificamente à AMI no ambiente extraescolar, o relatório cita a experiência bem-sucedida do Butão (UNESCO, 2016, p.133), que articula a educação formal, educação não-formal e aprendizagem informal. Publicado pelo International Bureau of Education (IBE), órgão da UNESCO focado em currículo, aprendizagem, ensino e avaliação, o “Glossary of Curriculum Terminology” (Glossário de Terminologia Curricular) (UNESCO, 2013) define os três tipos de educação⁸⁸:

1. **Educação formal:** Educação institucionalizada, intencional e planejada por meio de organizações públicas e entidades privadas reconhecidas e que – em sua totalidade – constitui o sistema educacional formal de um país. Os programas de educação formal são, portanto, reconhecidos como tal pelas autoridades educacionais nacionais relevantes ou autoridades equivalentes, por exemplo, qualquer outra instituição em cooperação com as autoridades educacionais nacionais ou subnacionais. A educação profissional, a educação para necessidades especiais e algumas áreas da educação de adultos são frequentemente reconhecidas como parte do sistema educacional formal;
2. **Educação não formal:** Educação institucionalizada, intencional e planejada por um provedor de educação. A característica definidora da educação não formal é que ela é

⁸⁸Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000223059>.

uma dentro do processo de aprendizagem ao longo da vida dos indivíduos. Muitas vezes, é oferecida para garantir o direito de acesso à educação para todos. Ela atende a pessoas de todas as idades, mas não necessariamente aplica uma estrutura de caminho contínuo; pode ser de curta duração e/ou baixa intensidade, e normalmente é oferecida na forma de cursos de curta duração, oficinas ou seminários. A educação não formal geralmente leva a qualificações que não são reconhecidas como formais ou equivalentes a qualificações formais pelas autoridades educacionais nacionais ou subnacionais relevantes ou à nenhuma qualificação. A educação não formal pode abranger programas que contribuem para a alfabetização e educação de adultos e jovens para crianças fora da escola, bem como programas sobre habilidades para a vida, habilidades para o trabalho e desenvolvimento social ou cultural.

3. **Aprendizagem informal:** Formas de aprendizagem intencionais ou deliberadas, mas não institucionalizadas. Consequentemente, são menos organizadas e estruturadas do que a educação formal ou não formal. A aprendizagem informal pode incluir atividades de aquisição de conhecimento que ocorrem na família, no local de trabalho, na comunidade local e na vida cotidiana, de forma autodirigida, familiar ou social. A organização elenca atores governamentais, entre os quais ministérios da educação, professores, bibliotecas, além de atores não-governamentais, como cidadãos e organizações comunitárias (UNESCO, 2016, p.146)⁸⁹. Vale notar, a propósito, que as bibliotecas, assim como outros equipamentos e iniciativas, também podem ser mantidos por atores não-governamentais.

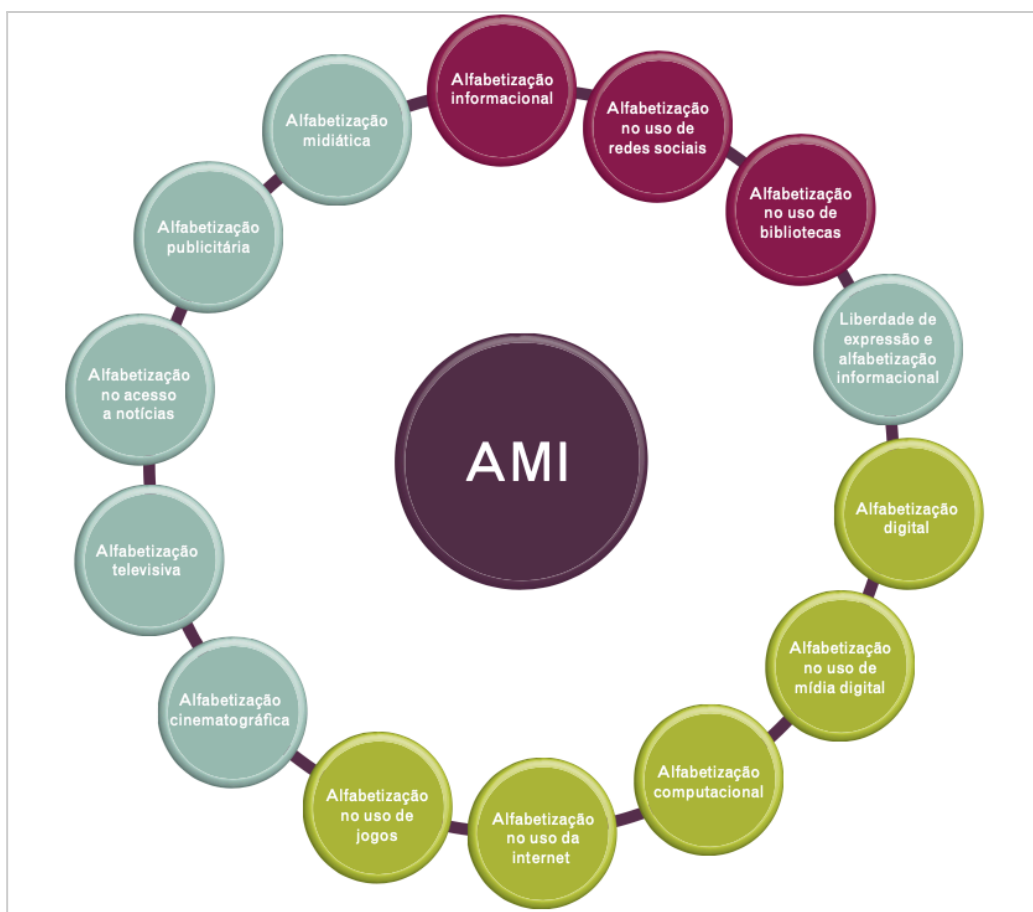
Em alinhamento com as diretrizes da UNESCO para a AMI, Lassalvia (2022) indica aspectos de multimodalidade linguística para ambientes variados e a qualquer tempo:

⁸⁹A Faculdade Educação da Universidade de S. Paulo oferece, desde 2019, a disciplina Introdução ao Letramento Midiático e Informacional. Disponível em: <https://uspdigital.usp.br/jupiterweb/obterDisciplina?sgldis=EDM0699&verdis=2>. Conforme observa Claudemir Edson Viana, professor de Epistemologia da ECA/USP e secretário-executivo da Associação Brasileira de Pesquisadores e Educadores em Educomunicação (ABPEducom), em entrevista à autora desta tese de doutorado, o termo "educomunicação" foi cunhado pelo jornalista e escritor argentino Mario Kaplún (1923-1998), que criticava o que chamava "comunicação bancária", em referência à crítica do educador brasileiro Paulo Freire ao que chamava de "educação bancária", em que o educador depositaria ensinamentos nas mentes dos alunos. Kaplún aplicou os conceitos pedagógicos freireanos como crítica, diálogo e conscientização ao campo da comunicação. A Escola de Comunicações e Artes da USP (ECA/USP) oferece um programa de licenciatura no tema. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/graduacao/licenciatura-em-educomunicacao>. Já o termo "educação midiática" tem-se difundido mais amplamente em ambientes escolares do ensino básico e fundamental.

Na perspectiva de que se aprende em todo ambiente e a qualquer tempo, a multimodalidade (KRESS, 1993, 1996, 2001) é um tema base na pesquisa dos letramentos em fluxo e da cultura digitalizada (SANTAELLA, 2003), pois a produção de significados atualmente é feita de modo cada vez mais multimodal - nos quais modos linguísticos escritos interagem com o visual, com o sonoro, com gestos, com oralidade e com outros códigos de comunicação. Se pensarmos em ações de comunicação no Instagram, percebemos a inversão que o conceito de multimodalidade materializou: o texto dá somente apoio à imagem ou ao vídeo, que são as linguagens principais da rede social. A cultura transmidiática da convergência e de participação (JENKINS, 2006, 2009) tem a multimodalidade como característica intrínseca, com diferentes modos que se sequenciam e que podem ser capazes ainda de romper as noções de presença, de distância e de tempo linear tal como tínhamos na escrita - como a participação em webinários, as lives, os sistemas de realidade aumentada e virtual, as mensagens sonoras de WhatsApp, os programas em podcast, entre outros dispositivos e formatos (Lassalvia, 2022, p. 46-47).

A UNESCO lista catorze dimensões terminológicas relacionadas:

Figura 13 – O Contexto (a Ecologia) da AMI: Noções da AMI



Fonte: Reproduzido de UNESCO, 2016, p. 53.

Segundo a cartilha, o termo AMI busca harmonizar as seguintes competências listadas no diagrama:

- Alfabetização midiática
- Alfabetização informacional
- Alfabetização no uso de redes sociais
- Alfabetização no uso de bibliotecas
- Liberdade de expressão e alfabetização informacional
- Alfabetização digital
- Alfabetização no uso da mídia digital
- Alfabetização computacional
- Alfabetização no uso da internet
- Alfabetização no uso de jogos
- Alfabetização cinematográfica
- Alfabetização televisiva
- Alfabetização no acesso a notícias
- Alfabetização publicitária

Em termos de pedagogias para o ensino e aprendizagem da AMI, a cartilha destaca dez abordagens (UNESCO, 2016, p. 35-38):

1. Abordagem por questionamento
2. Aprendizagem baseada em problemas (ABP)
3. Investigação científica
4. Estudo de caso
5. Aprendizagem colaborativa
6. Análise de textos
7. Análise de contextos
8. Traduções
9. Simulações
10. Produção

Como metas principais, a UNESCO propõe a criação de grupos de mídia e informação cívica e de análise de mídias em locais físicos como bibliotecas, e no ciberespaço; e o

provimento de condições para que indivíduos fora do ambiente escolar estejam bem informados sobre as tendências e direções da mídia e de tecnologias emergentes a fim de contribuir ativamente para o estabelecimento de tais tendências e direções.

A organização (UNESCO, 2016, p. 30) também lista sete competências consideradas relevantes para professores de AMI:

- Compreensão do papel da mídia e da informação para a democracia
- Compreensão dos conteúdos de mídia e seu uso
- Acesso da informação com efetividade e eficiência
- Avaliação crítica da informação e de suas fontes
- Aplicação de formatos de mídia novos e tradicionais
- Situação do contexto sociocultural de conteúdo de mídia
- Promoção da AMI a estudantes e mudanças gerenciais necessárias

Para a UNESCO, a AMI deve ser compreendida como um conceito composto:

Devido ao grande número de definições de alfabetização informacional, alfabetização midiática e outras alfabetizações relacionadas – o que pode levar a uma confusão –, estas diretrizes não propõem uma definição da AMI, mas focam nos principais resultados da aprendizagem ou nos principais elementos da AMI, que, compreendida como um conceito composto, abrange os conhecimentos, as habilidades e as atitudes (UNESCO, 2016, p. 12).

A organização destaca a importância de todas as formas de mídia, inclusive as mídias comunitárias e de provedores informacionais analógicos e digitais, como acervos, museus, editoras e aqueles na internet. Assim, o conceito de AMI caracteriza-se pela convergência entre telecomunicação e radiodifusão e entre as muitas formas de mídia e provedores de informação. A propósito, a organização ressalta que o conceito AMI não se limita às TIC, abrangendo mensagens relacionadas às tradições orais (UNESCO, 2016).

As diretrizes da UNESCO para a AMI indicam três níveis de benefícios associados à adoção de AMI tanto nos ambientes de educação formal, não-formal e informal:

1. Maior participação dos cidadãos na sociedade;
2. Benefícios para governos na economia, governança, saúde e educação;
3. Melhor qualidade de mídias e provedores de informação.

A organização enfatiza ainda a necessidade de que a AMI não se limite às políticas de educação, integrando, assim, políticas de TIC, cultura e outras áreas da administração pública. “A AMI pode moldar os cenários da educação, do trabalho e da comunidade de formas importantes, o que requer políticas e estratégias cuidadosamente articuladas, que possam ser implementadas nesses contextos” (UNESCO, 2016, p. 20).

Figura 14 – AMI: uma Proposta de Matriz Conceitual segundo a UNESCO



Fonte: Reproduzido de UNESCO, 2016, p. 16.

A representação gráfica da matriz conceitual de AMI proposta pela UNESCO articula o desenvolvimento de diversas habilidades associadas às TIC em quatro círculos concêntricos, representando as dimensões abaixo relacionadas, tanto no espaço analógico quanto digital:

- a) Fontes de informação e meios pelos quais a informação é transmitida;
- b) Finalidade, que resume resultados de pesquisas sobre as razões pelas quais indivíduos buscam informações e se engajam com a mídia e demais provedores de informação;
- c) Compreensão, em referência ao conhecimento básico que os cidadãos devem ter sobre operações, funções, natureza e padrões profissionais e éticos estabelecidos pela mídia e demais provedores de informação;
- d) Processo e prática, que estabelece os passos a serem trilhados e competências relativas a serem adquiridas através da AMI

Os princípios e diretrizes da organização são resumidos no pôster Cinco Leis da AMI, reproduzido a seguir:

Figura 15 – Cinco Leis da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI)



Fonte: Reproduzido de UNESCO, 2023⁹⁰.

As cinco leis da UNESCO para AMI cobrem os seguintes aspectos: 1. as mídias digitais e tradicionais são igualmente relevantes e não devem ser hierarquizadas; 2. todos são criadores de informação: cada cidadão tem o direito e a capacidade de expressar sua mensagem e deve ser empoderado para fazê-lo; 3. a informação, o conhecimento e as mensagens nem sempre são

⁹⁰ “1. Toda a informação é importante: as mídias digitais e tradicionais são igualmente cruciais e não devem ser hierarquizadas; todos são criadores de informação. 2. Todo cidadão tem o direito e a capacidade de expressar sua mensagem e deve ser empoderado para fazê-lo. 3. A informação, o conhecimento e as mensagens nem sempre são neutros em relação a valores, ou sempre independentes de preconceitos. Qualquer conceitualização, uso e aplicação da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) deve tornar essa verdade transparente e compreensível para todos os cidadãos. 4. Todo cidadão deseja conhecer e compreender novas informações, conhecimentos e mensagens, bem como comunicar-se, mesmo que não tenha consciência disso, admita ou expresse que o faz. Seus direitos, contudo, jamais devem ser comprometidos. 5. A alfabetização midiática e informacional não é adquirida de uma vez. É uma experiência e um processo dinâmicos e vivos. Ela se completa quando inclui conhecimento, habilidades e atitudes, quando abrange o acesso, a avaliação, o uso, a produção e a comunicação de informações, mídias e conteúdo tecnológico (UNESCO, 2023). Disponível em: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/five-laws>

neutros em relação a valores, ou sempre independentes de preconceitos; qualquer conceitualização, uso e aplicação da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) deve tornar essa verdade transparente e compreensível para todos os cidadãos; 4. todos têm o direito à expressão, mesmo que não tenham consciência disso, admitam ou expressem que o fazem. Seus direitos, contudo, jamais devem ser comprometidos; 5. a AMI é um processo; não é um feito único, mas uma trajetória dinâmica e contínua de aprendizagem ao longo da vida.

Tais princípios estão também alinhados com a Constituição do Brasil promulgada em 1988, especialmente no que se refere ao direito à comunicação, previsto pelos artigos 5º e 220º e considerado um direito fundamental ao exercício da cidadania e à prática da democracia⁹¹. A proposta de AMI da UNESCO alinha-se, ainda, à Declaração dos Direitos Humanos, adotada pela ONU em 1948, especialmente em seu artigo 19: Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras (ONU, 1948)⁹².

Atividades relacionadas também têm sido promovidas pelo governo federal brasileiro desde de 2023. Em 2025, em parceria com o Ministério da Educação (MEC) e a UNESCO, a Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom) promoveu o evento “3ª Semana de Educação Midiática”, com a participação de educadores e especialistas em comunicação e jornalismo no ciberespaço para debater temas como integridade da informação, jornalismo, mudanças climáticas e direitos no ambiente digital. Realizado anualmente, o evento integra a política pública Estratégia Brasileira de Educação Midiática (Ebem), que visa “promover habilidades e competências em crianças, adolescentes, adultos e pessoas idosas para compreensão, análise, engajamento e produção crítica na experiência com canais de mídia digital e da informação de forma criativa, saudável, consciente e cidadã”. Focado no ambiente escolar, em 2025 o evento destacou o papel de articulação das universidades e demais organizações em iniciativas de AMI, além da formação de docentes e o combate à violência no ambiente digital. O website da Secom disponibiliza cartilhas e planos de aula produzidos originalmente por projetos como o Educamídia, do Instituto Palavra Aberta⁹³.

⁹¹ Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

⁹² Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>

⁹³ Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/educacao-midiatica/2asbem>

4.1 Caracterizando a população extraescolar conectada

A UNESCO define a população não escolar como “o número de crianças e jovens na faixa etária oficial para um determinado nível de ensino que não estão matriculados nos níveis de ensino pré-escolar, primário, secundário ou superior”⁹⁴. A propósito, a definição da UNESCO inclui crianças, mas não inclui adultos e idosos como integrantes desse grupo. No Brasil, o grupo populacional formado por jovens que não trabalham nem estudam era de 10,9 milhões em 2023, ou de um para cada cinco indivíduos nesta faixa etária, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a partir de dados coletados em 2022⁹⁵. Ainda de acordo com o IBGE, entre os milhões de jovens da chamada população “nem-nem” (jovens entre 15 e 29 anos que não trabalham nem estudam), 43,3% eram mulheres pretas ou pardas, 24,3% eram homens pretos ou pardos, 20,1% eram mulheres brancas e 11,4% eram homens brancos.

Realizado pelo Ministério da Educação (MEC) e o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), o censo escolar de 2023 indicou que o Brasil tinha, naquele ano, 47,3 milhões de estudantes, matriculados em todas as etapas educacionais e distribuídos em 178,5 mil escolas públicas e privadas⁹⁶. Especificamente sobre alunos de baixa renda, o censo revelou que as matrículas na Educação de Jovens e Adultos⁹⁷ (EJA) se mantiveram em queda, mantendo a tendência verificada em 2018.

A fim de estimar o segmento populacional de brasileiros conectados à internet mas fora do ambiente escolar em todos os níveis – do básico ao ensino superior, esta pesquisa propõe como estimativa operacional a seguinte fórmula: $A - B = C$, considerando que a partir de dados estatísticos oficiais recentes, A corresponde ao número de brasileiros conectados à internet, 156 milhões de pessoas (TIC Domicílios, 2023) e B ao de brasileiros matriculados (censo escolar, 2023). Assim, em 2023, a partir dos dados disponíveis mais recentes publicados até o final de

⁹⁴ A definição da UNESCO no original em inglês: “number of children and young people in the official age range for the given level of education who are not enrolled in pre-primary, primary, secondary or higher levels of education”. Disponível em: <https://databrowser.uis.unesco.org/resources/glossary/3152>. Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor.; revisão nossa.

⁹⁵ Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38542-um-em-cada-cinco-brasileiros-com-15-a-29-anos-nao-estudava-e-nem-estava-ocupado-em-2022>.

⁹⁶ Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-escolar/mec-e-inep-divulgam-resultados-do-censo-escolar-2023>

⁹⁷ Modalidade de ensino público formal destinada a indivíduos jovens e adultos que visam cursar ou concluir o ensino fundamental ou médio com respectiva obtenção de certificado.

2024, a população extraescolar brasileira corresponderia a um universo de 156 milhões (população conectada), menos 47,3 milhões (população escolar) = 108,7 milhões. Esse contingente seria, por sua vez, equivalente, a 53,5% da população, pouco mais da metade, segundo dados do IBGE⁹⁸ também para 2023. Note-se que para que essa estimativa fosse mais precisa, seria necessário desagregar o número de pessoas conectadas do ambiente extraescolar, entre adultos, idosos, crianças e jovens. Ainda que a última pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2025) apresente um panorama sociodemográfico⁹⁹ mais detalhado sobre brasileiros conectados, em recortes como raça, faixa etária e escolaridade, não existem, entretanto, dados oficiais disponíveis que permitam um cálculo mais exato. Para tanto, seria necessário sobrepor dados da TIC Domicílios com indicadores oficiais mais específicos, mas ora inexistentes, sobre o segmento extraescolar. Possivelmente, tal desagregação geraria novos achados. A propósito da estimativa numérica da população extraescolar, é preciso notar também que dado o volume e a grande heterogeneidade deste contingente populacional, para serem efetivas, recomendações relacionadas à AMI devem considerar de perto a diversidade socioeconômica, demográfica e cultural desse numeroso estrato da população.

Em termos de habilidades cognitivas, o Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf) (Ação Educativa, Instituto Paulo Montenegro, 2001-2025) revela um quadro alarmante sobre os baixos níveis de alfabetismo da população brasileira no estrato populacional majoritariamente adulto, de 15 a 64 anos de idade. De natureza quantitativa e qualitativa, a pesquisa publicada em maio de 2025 constatou que em 2024, no último ano da série histórica, enquanto 7% dos brasileiros eram analfabetos funcionais, 22% tinham habilidades rudimentares, 36% habilidades elementares e 25% habilidades intermediárias. Apenas 10% foram considerados proficientes nas habilidades de leitura, interpretação de textos e cálculos matemáticos elementares¹⁰⁰.

⁹⁸ Em dezembro de 2023, a população brasileira era de 203 milhões de habitantes. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-tem-2125-milhoes-de-habitantes-diz-ibge/>.

⁹⁹ Segundo a TIC Domicílios 2025, enquanto 54% dos brasileiros brancos conectados acessam a internet exclusivamente por celular, esta é a forma de conexão de 73% de indivíduos pretos e de 79% de pardos conectados. Em termos de grau de instrução, enquanto 24% de brasileiros brancos conectados com diploma de nível superior acessam exclusivamente via celular, 73% dos com instrução de nível médio e 84% com instrução de nível fundamental o fazem desta forma. Em termos etários, entre os internautas de 75 anos ou mais, 94% acessam a internet todos os dias ou quase todos os dias. Em termos de classe social, enquanto 5% de indivíduos conectados da classe A acessam a internet apenas pelo celular, 35%, 67% e 87%, respectivamente, das classes B, C e D/E o fazem desta forma.

¹⁰⁰ Segundo o Inaf, em termos metodológicos, a cada edição da pesquisa são entrevistadas 2.002 pessoas entre 15 e 64 anos de idade, moradores de zonas urbanas e rurais de todas as regiões do país. O estudo é organizado com base

Pela primeira vez, o Inaf aferiu também o nível de alfabetismo funcional no ciberespaço. Os resultados indicam que 7% da população são analfabetos no contexto digital; 22% têm habilidades rudimentares; 36% têm habilidades elementares; 25% têm habilidades intermediárias e 10% são proficientes na internet. Segundo o Inaf, as habilidades digitais aferidas incluem o “reconhecimento de um ícone, da função de um hiperlink, da função touch, da possibilidade de avançar no conteúdo rolando para baixo ou para o lado e a possibilidade de ampliar um texto ou imagem”. Em entrevista concedida à Folha de S. Paulo, Ana Lima, coordenadora da última edição da pesquisa, declarou que “quanto mais frágil é o alfabetismo tradicional, mais aquela pessoa fica vulnerável no ambiente digital”¹⁰¹.

Figura 16 – As Cinco Habilidades de Alfabetismo Funcional para o Inaf



em um teste cognitivo e um questionário contextual. Os itens que compõem o teste de alfabetismo envolvem a leitura e interpretação de textos do cotidiano (bilhetes, notícias, instruções, textos narrativos, gráficos, tabelas, mapas, anúncios etc.). O questionário contextual tem abordado características sociodemográficas e práticas de leitura, escrita e cálculo que as pessoas realizam cotidianamente. São avaliadas duas dimensões do alfabetismo: a dos textos verbais (tais como bilhetes, notícias, instruções, textos narrativos) e a dos textos numéricos (gráficos, tabelas, mapas, folhetos de ofertas do comércio, entre outros). Para o Inaf, essas duas dimensões são designadas respectivamente como Letramento e Numeramento. A definição de amostras, a coleta de dados e seu processamento foram feitos por especialistas do instituto de pesquisas Ibope Inteligência até 2018. Na edição de 2024 tais atividades foram exercidas por profissionais advindos do Ibope Inteligência em atuação no Ipec – Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica. Disponível em: <https://alfabetismofuncional.org.br/>

¹⁰¹ Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2025/05/reducao-do-analfabetismo-funcional-estagna-no-brasil-e-atinge-29-da-populacao.shtml>

Fonte: Reproduzido de Inaf, 2025.

A respeito da evolução do alfabetismo funcional no Brasil, o Inaf destaca que ao longo da série histórica da pesquisa houve redução do número de indivíduos em nível rudimentar de alfabetismo, ou seja, com dificuldades para compreender textos simples ou resolver operações matemáticas elementares, que caiu de 27%, desde o início da série histórica (2001-2002), para 20%, desde 2009. Mas a parcela de brasileiros proficientes permanece estagnada em 12% desde o início da série histórica. De acordo com a pesquisa:

Os resultados obtidos ao longo das dez edições do Inaf, em um período de 23 anos, mostram uma significativa redução do número de analfabetos na população brasileira, caindo de 12%, em 2001-2002, passando a oscilar entre 4%, e 7%, no limite da margem de erro. Ao longo dos anos, houve também uma redução da proporção de brasileiros no nível Rudimentar (que fazem um uso bastante limitado da leitura, da escrita e das operações matemáticas em suas tarefas do cotidiano), de 27%, em 2001-2002, para um patamar estabilizado de pouco mais de 20% desde 2009. Por outro lado, chama a atenção que a proporção de alfabetizados em nível Proficiente permanece inalterada desde o início da série histórica, oscilando em torno de 12%. Houve também uma redução da proporção de brasileiros no nível rudimentar (que fazem um uso bastante limitado da leitura, da escrita e das operações matemáticas em suas tarefas do cotidiano), de 27%, em 2001-2002, para um patamar estabilizado de pouco mais de 20% desde 2009. Esse importante avanço indica que o Brasil tinha, em 2018, 14,5 milhões de analfabetos funcionais a menos do que teria se essa redução não houvesse ocorrido. Por outro lado, chama a atenção que a proporção de alfabetizados em nível proficiente permanece estagnada desde o início da série histórica, em torno de 12%. Ou seja, estão nesse patamar apenas cerca de 17,4 milhões dos 144,7 milhões de brasileiros entre 15 e 64 anos (Inaf, 2024).

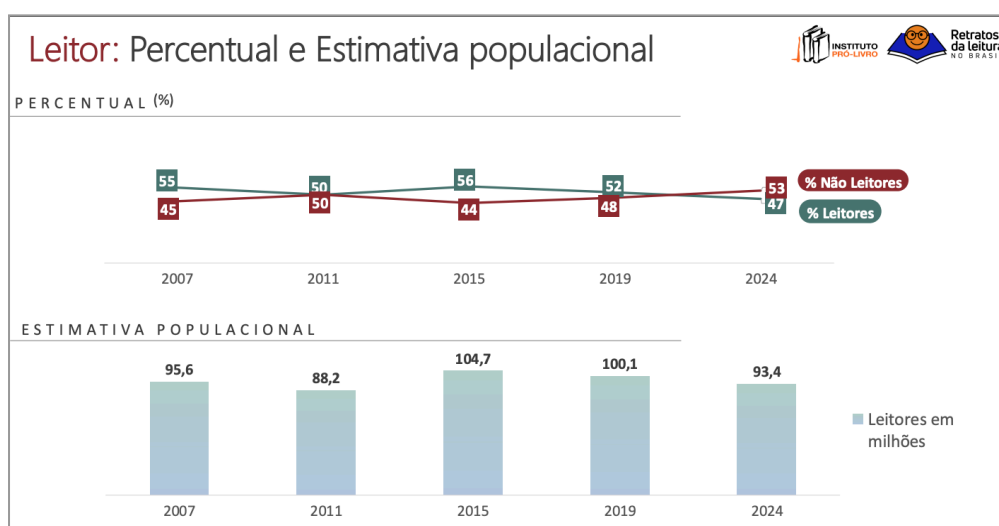
Ao pontuar que a escolaridade é o principal indutor da elevação do nível de alfabetismo, os pesquisadores do Inaf também observam que uma parcela expressiva da população não consegue chegar ao alfabetismo consolidado mesmo com maior escolaridade. Em 2024, oito em cada dez dos entrevistados que cursaram apenas os anos iniciais do Ensino Fundamental estavam na condição de analfabetismo funcional, enquanto 19% dessa parcela alcançavam o nível elementar. Já entre os indivíduos classificados como proficientes, 38% estudavam ou estudaram até o ensino médio, enquanto 54% cursavam ou cursaram a educação superior.

Estreitamente ligado ao conceito de alfabetismo funcional e requisito básico para a efetiva recepção e avaliação de mensagens criadas e propagadas no ciberespaço, o hábito de leitura é o tema de uma pesquisa¹⁰² realizada quadrienalmente pelo Instituto Pró-Livro (IPL). A

¹⁰² Iniciativa do Instituto Pró-Livro (IPL), uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIPI) mantida por empresas editoras de livros, a sexta edição da pesquisa Retratos da Leitura contou com incentivos fiscais e foi patrocinada pelo Itaú Unibanco. O levantamento foi realizado pelo Instituto Ipec - Inteligência em Pesquisa e Consultoria, que entrevistou 5.504 indivíduos em 208 municípios entre 30 de abril de 2024 a 31 de julho de 2024. Método de coleta: entrevistas domiciliares por meio de tablets com um questionário de 147 questões. Disponível em: <https://www.prolivro.org.br/pesquisas-retratos-da-leitura/as-pesquisas-2/>.

sexta edição do levantamento (IPL, 2024) revelou que desde 2020 houve uma redução expressiva, de 6,7 milhões de leitores de livros no país. Entre o público-alvo entrevistado (população brasileira residente com 5 anos e mais, alfabetizada ou não), 53% não haviam lido nenhuma parte de um livro – impresso ou digital – nos três meses anteriores à pesquisa. Em números absolutos, houve uma redução de mais de 11 milhões de leitores de livros entre 2015 e 2024. Quando se trata da leitura de livros inteiros, também no período de três meses anteriores à pesquisa, o percentual de leitores foi ainda menor, de 27% da população, o menor da série histórica.

Figura 17 – Série Histórica da Pesquisa Retratos da Leitura/ IPL



Fonte: Reproduzido do Instituto Pró-Livro, 2024, p.15.

Segundo o IPL, a sexta edição do levantamento também indicou uma redução do hábito da leitura de livros na maioria dos perfis e segmentos pesquisados: por gênero, escolaridade, classe, renda e entre estudantes e não-estudantes. Considerando-se apenas a faixa etária, a redução no percentual de leitores somente não foi registrada entre a população com 11 e 13 anos e com 70 anos ou mais. Ainda de acordo com o IPL, “a faixa etária de 11 a 13 anos é a que apresenta o maior percentual de leitores – no entanto, vale ressaltar que a pesquisa também considera a leitura de livros didáticos”.

Em contrapartida, o hábito de leitura mais difundido no segmento com 70 anos ou mais poderia estar relacionado à existência de maior disponibilidade de tempo, além da característica generacional deste hábito ser possivelmente mais difundido entre indivíduos que o adquiriram antes do advento da internet.

Referência internacional em avaliação escolar, o Programme for International Student Assessment (Pisa), iniciativa da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) indica que o Brasil segue apresentando resultados bem abaixo da média de outros países na prova, que avalia conhecimentos em matemática, leitura e ciências. Segundo a BBC Brasil, na edição de 2022 do Pisa, os estudantes brasileiros obtiveram uma média de 379 pontos, ficando na 65ª posição numa escala de 81 países.

Os indicadores das pesquisas Inaf e Retratos da Leitura e, sobretudo do Pisa, incluem milhões de crianças e adolescentes integrantes da população escolar, e que, portanto, não são o foco desta tese de doutorado. Vale observar, contudo, que os históricos desafios educacionais brasileiros indicados pelas três pesquisas são comuns a esses dois estratos da população: escolar e extraescolar. Reitere-se que nesse quadro sombrio, as desigualdades socioeconômicas são um desafio adicional para iniciativas relacionadas a AMI.

Diante do exposto, a partir de agora este capítulo vai examinar recursos e iniciativas de AMI, sejam disponíveis ou potencialmente adequáveis à população extraescolar brasileira no enfrentamento de conteúdos digitais desinformativos de forte apelo emocional, objetivo específico desta tese de doutorado. Tais recursos e iniciativas incluem diretrizes, conteúdos pedagógicos da UNESCO, entre outras organizações, assim como iniciativas oferecidas por projetos de AMI, grupos comunitários, além de bibliotecas, museus e meios de comunicação de massa. Além de revisão bibliográfica e de buscas realizadas com a ferramenta Google Acadêmico¹⁰³, para tal fim foram realizadas entrevistas com especialistas em educação midiática, permitindo confrontar diretrizes normativas e referenciais internacionais com experiências concretas de implementação no contexto brasileiro. São eles:

- a. Adeline Hulin, chefe da unidade de Alfabetização Midiática e Informacional e Competências Digitais da UNESCO;
- b. Alexandre Le Voci Sayad, jornalista, educador de AMI e consultor da UNESCO no Brasil;
- c. Claudemir Edson Viana, professor de Epistemologia da Educomunicação da ECA/USP e secretário-executivo da ABPEducom;
- d. Daniela Machado, coordenadora pedagógica do programa de Educação Midiática (EducaMídia) do Instituto Palavra Aberta;

¹⁰³ Em função da grande escala, heterogeneidade e dispersão da população extraescolar, acreditamos que iniciativas e recursos de AMI devam ser indexadas no Google, maior e mais popular ferramenta de buscas on-line.

- e. Gabriela Solgon, professora de Língua Portuguesa do Centro Paula Souza com experiência em Educação de Jovens e Adultos (EJA);
- f. Adriana Cybele Ferrari, coordenadora-executiva da Agência de Bibliotecas e Coleções Digitais da USP, chefe técnica da Biblioteca Florestan Fernandes da USP e vice-presidente da Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições (FEBAB).

4.2 UNESCO

Em entrevista realizada via e-mail, com respostas enviadas nos dias 15 de maio e 6 de junho de 2025, Hulin, que lidera a unidade da UNESCO responsável por AMI e combate à desinformação, recomendou uma série de recursos e iniciativas relacionadas, sejam de autoria da organização ou em parceria com outras instituições, que segundo ela se adequam à população extraescolar e são detalhados a seguir:

Quadro 5 – Recursos Digitais e Iniciativas de AMI da UNESCO Relacionados à População Extraescolar

Recurso	Resumo do conteúdo	Formato	Idiomas Disponíveis
1.	Media and information literate citizens: think critically, click wisely! / Curriculum (Cidadãos alfabetizados em mídia e informação: pensem criticamente, cliquem com sabedoria!)	Publicado em 2021, o currículo segue as diretrizes já relatadas da organização, apresentando uma estrutura abrangente de competências sobre como acessar, compreender, avaliar, criar e disseminar informação no ciberespaço. A publicação também oferece estratégias pedagógicas para o engajamento de alunos para o pensamento crítico, além de abordar questões como a IA e cidadania digital.	Livro eletrônico em PDF contendo texto, figuras e quadros. Inglês, espanhol, francês, russo, turco, árabe e albanês.
2.	MOOC: Think Critically, Click Wisely: Media and Information Literacy in the next normal. (MOOC: Pense criticamente, clique com sabedoria: Alfabetização midiática e informacional no novo normal)	Curso On-line Aberto e Massivo (MOOC) baseado no currículo homônimo, com 20 módulos abrangendo a evolução dos meios de comunicação, a importância da AMI, os riscos da desinformação, desenvolvimento do pensamento crítico e habilidades digitais.	Áudio. Inglês e espanhol.
3.	Media and Information Literacy Podcast (Podcast AMI)	Série de oito episódios sobre habilidades básicas de AMI,	Áudio (Podcast oferecido nas plataformas Spotify, Amazon Inglês, espanhol, francês e árabe.

Recurso		Resumo do conteúdo	Formato	Idiomas Disponíveis
		como navegação segura no ciberespaço, incluindo discussões com especialistas em mídia e histórias de diferentes países.	Music, Apple Podcasts, Deezer e YouTube).	
4.	Media and Information Literacy for Adult Educators (Alfabetização Midiática e Informacional para Educadores de Adultos)	Curso para educadores de adultos, auto-aprendizado da população extraescolar e de educação comunitária. Inclui habilidades de AMI como navegação em redes sociais, cidadania digital e competências socioemocionais.	Livro eletrônico em PDF contendo texto, figuras e quadros. Inclui também eventos, como workshops (oficinas).	Inglês.
5.	Diretrizes operacionais: Construir Cidades de Alfabetização Midiática e Informacional da UNESCO	Introdução à iniciativa MIL Cities da UNESCO que visa incorporar o aprendizado de AMI em vários espaços urbanos, a partir da abordagem de múltiplas partes interessadas e promovendo o aprendizado ao longo da vida por meio da educação informal.	Texto, figuras e vídeo introdutório.	Português, inglês, espanhol, russo, hindi, chinês e árabe. Vídeo oferecido em inglês.
6.	Global MIL Week (Semana Global de AMI)	Realizada anualmente em outubro, em 2025 a Semana aconteceu em Cartagena, Colômbia, tendo como foco as intersecções entre AMI e IA, especialmente como a	Evento presencial com transmissão digital em áudio e vídeo.	Inglês, francês e espanhol.

Recurso		Resumo do conteúdo	Formato	Idiomas Disponíveis
		AMI é crucial para capacitar indivíduos a se envolverem criticamente com conteúdo gerado por IA.		
7.	Journey through the MILtiverse: media and information literacy toolkit for youth organizations (Jornada pelo Universo AMI: kit de ferramentas de alfabetização midiática e informacional para organizações juvenis)	Kit de ferramentas e atividades digitais, incluindo melhores práticas, dicas e modelos para organizações juvenis integrarem a AMI, conhecimentos sobre desafios digitais, pensamento crítico e uso ético de informações.	Texto, figuras, fotografias, quadros e vídeo curto explicativo.	Inglês.
8.	MIL Youth Initiative / Youth Hackathon and Winners' Projects (Iniciativa Juvenil de AMI/ Hackathon e Projetos Vencedores)	Realizada anualmente em julho, a iniciativa convida jovens para um programa de mentoria da UNESCO, submetendo, posteriormente, propostas de projetos inovadores de AMI.	Propostas em formato multimídia: texto, figuras, áudio e vídeo em projetos incluindo cartões, podcasts, aplicativos e jogos.	Inglês, entre outras línguas, como dialetos malgaxes.
9.	MIL Youth Initiatives / Youth Multimedia Room (Iniciativa Juvenil de AMI - Sala Multimídia Juvenil)	Plataforma digital para jovens profissionais midiáticos reportarem os principais eventos internacionais do setor, serem ouvidos e aprender habilidades relevantes.	Multimídia: texto, figuras, áudio e vídeo.	Inglês.

Recurso		Resumo do conteúdo	Formato	Idiomas Disponíveis
10.	User empowerment through Media and Information Literacy responses to the evolution of Generative Artificial Intelligence (GAI) (Empoderamento do usuário por meio de respostas de Alfabetização Midiática e Informacional à evolução da Inteligência Artificial Generativa (IAG))	Documento com as diretrizes da organização para AMI relacionada à IAG.	Publicação eletrônica em PDF contendo texto, figuras e quadros.	Inglês e francês.
11.	Behind the screens: insights from digital content creators; understanding their intentions, practices and challenges (Por trás das telas: insights de criadores de conteúdo digital; entendendo suas intenções, práticas e desafios)	Relatório sobre resultados de enquête sobre a compreensão de 500 criadores digitais de 45 países sobre o novo cenário digital, indicando a necessidade de treinamento sobre habilidades de AMI e de melhores práticas.	Publicação eletrônica em PDF contendo texto, figuras e quadros.	Inglês, francês e espanhol.
12.	Criadores de Conteúdo Digital e Jornalistas: Como Ser uma Voz Confiável on-line	Curso on-line em quatro módulos para criadores digitais oferecido em parceria com a organização Knight Center. Traz recomendações para construir a confiança do público, responsabilidades junto à opinião pública e para a criação de conteúdo durante conflitos e crises..	Texto, figuras, e vídeo (videoaulas, entrevistas em vídeo, leituras, discussões e questionários).	Português, inglês, francês e espanhol.

Recurso		Resumo do conteúdo	Formato	Idiomas Disponíveis
13.	Alfabetização e Midiática, Informacional e Diálogo intercultural	Curso on-line oferecido pela plataforma digital Coursera realizado em parceria pela UNESCO e Unicamp (Universidade Estadual de Campinas). Com 10 módulos, incluindo lições sobre criação de conteúdo, artes, diversidade cultural e jornalismo, é uma adaptação do curso Media and Information Literacy da UNESCO, produzido pelo Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência da universidade em parceria com a Faculdade de Educação da instituição.	Texto, figuras, vídeo.	Português.

Fonte: UNESCO – Setor de Comunicação e Informação / Unidade de AMI e Competências Digitais¹⁰⁴

¹⁰⁴ Títulos de recursos e iniciativas traduzidos com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa. Disponíveis em: 1. https://www.unesco.org/mil4teachers/sites/default/files/medias/fichiers/2023/10/Modules_1_MIL_CURRICULUM.pdf; 2. <https://www.unesco.org/mil4teachers/en/moocs>; 3. <https://www.unesco.org/en/podcasts/media-information-literacy?hub=750>; 4. <https://learninghub.uil.unesco.org/enrol/index.php?id=63>; 5. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391748_por; 6. <https://www.unesco.org/en/weeks/media-information-literacy?hub=750>; 7. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392035>; 8. <https://www.unesco.org/en/weeks/media-information-literacy/youth-hackathon-2024?hub=750>; 9. <https://www.unesco.org/en/articles/youth-hackathon-winners-design-impactful-projects-mil>; 10. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388547>; 11. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392006>; 12. <https://journalismcourses.org/product/criadores-de-conteudo-digital-e-jornalistas-como-ser-uma-voz-confiavel-online/>; 13. <https://www.coursera.org/learn/alfabetizacao-midiatica>.

Em termos de idiomas, entre os treze recursos e iniciativas recomendados, três estão disponíveis em português: “Diretrizes operacionais: Construir Cidades de Alfabetização Midiática e Informacional da UNESCO” (item 5 do Quadro 5), “Criadores de Conteúdo Digital e Jornalistas: Como Ser uma Voz Confiável on-line” (item 12) e “Alfabetização Midiática, Informacional e Diálogo intercultural” (item 13). Entre os demais dez itens não disponíveis em língua portuguesa, três oferecem de forma abrangente e transversal conteúdos de AMI relacionados à criação e espalhamento de informações factualmente falsas junto à população de adultos e idosos: “Media and information literate citizens: think critically, click wisely!” na forma de currículo (item 1) e de um curso aberto on-line e massivo (MOOC) (item 2) e “Online course for Adult Educators” (item 4).

Dos demais sete itens recomendados, o de número 10: “AI Trend – User empowerment through Media and Information Literacy responses to the evolution of Generative Artificial Intelligence (GAI)” aborda a inteligência artificial generativa, tema crítico para usuários do ciberespaço devido à produção, em escala vertiginosa, de um preocupante conjunto de ferramentas tecnológicas associadas à desinformação¹⁰⁵. Acrescente-se que entre os seis recursos e iniciativas remanescentes, um corresponde a um podcast sobre habilidades de AMI (item 3); três a eventos e iniciativas de AMI focados no segmento juvenil (itens 7, 8 e 9); enquanto outro se refere ao evento anual organização sobre o tema (item 6). Um recurso adicional é um relatório sobre uma enquete com criadores digitais (item 11) relacionado ao já mencionado MOOC (item 2), disponível em português.

Note-se ainda que tais recursos incluem ou aludem aos seguintes temas transversais relevantes à AMI no ambiente extraescolar e, portanto, aos objetivos desta tese de doutorado, sendo também abordados ao longo deste capítulo: AMI no espaço urbano; Aprendizado Socioemocional (ASE); governança das plataformas tecnológicas em relação a conteúdos desinformativos de forte teor emocional e aprendizagem ao longo da vida para todos (Lifelong learning for all). Definidos ao longo do capítulo 1, os conceitos de educação formal, educação não-formal e aprendizagem informal também são relevantes e relacionados a estes temas, sendo, do mesmo modo, abordados neste capítulo.

¹⁰⁵ Em outubro de 2025, na sequência de sua conferência anual sobre AMI, a UNESCO disponibilizou recursos audiovisuais (cartões de mídia social, vídeo e templates para traduções) como parte da campanha “AI Can Make Mistakes” (A IA Pode Cometer Erros). Disponível em: <https://trello.com/b/9y2MFjYo/mil-week-2025-ai-can-make-mistakes>

Concebido de forma extensiva, com 14 módulos¹⁰⁶ e 403 páginas, o currículo "Media and Information literate citizens: think critically, click wisely" apresenta-se como um recurso destinado tanto a educadores quanto a aprendizes¹⁰⁷, propondo uma ampla gama de competências alinhadas à visão para AMI e ODS da UNESCO e indicadas no capítulo 1 desta tese de doutorado. Dedicado a competências de AMI necessárias aos usuários para enfrentar a desinformação e o discurso de ódio, em boa medida o módulo 4 do currículo baseia-se no trabalho de Wardle e Derakhshan (Council of Europe, 2017) para distinguir diferentes tipos de informação factualmente problemática do discurso de ódio, além de criticar o termo "fake news" e propor, como recomendação da UNESCO, o ensinamento do termo "informação incorreta ou enganosa" em sua substituição. Através de atividades como leitura, pesquisa, análise de conteúdo digital, redação de ensaios e estudos de caso, o módulo 4 do currículo propõe que educadores e aprendizes examinem como conteúdos digitais falsos e enganosos têm causado prejuízo a indivíduos e sociedades. Um objetivo adicional deste módulo é a compreensão de como "as notícias e informações podem ser corrompidas para criar desconfiança, divisão, intolerância e preconceito entre indivíduos e sociedades" (UNESCO, 2021, p. 148).

Observe-se também que o conjunto de 14 competências propostas pelo currículo supõe a proficiência dos aprendizes em habilidades cognitivas complexas, tais como leitura, interpretação e análise crítica de textos, assim como em habilidades socioemocionais, como o autocontrole e a capacidade de avaliação sobre riscos potenciais no acesso à Internet. Destacamos a seguir seis destes resultados de aprendizagem e respectivas competências almejados pelo currículo relativos a habilidades cognitivas considerados fundamentais pela organização para a navegação crítica e segura na Internet (UNESCO, 2021, p. 32-33):

¹⁰⁶ Tradução dos módulos cobertos pelo currículo "Media and information literate citizens: think critically, click wisely!": 1. Um módulo fundamental: Uma introdução à Alfabetização Midiática e Informacional e outros conceitos chave; 2. Compreendendo informação e tecnologia; 3. Pesquisa, ciclo de informação, processamento de informação digital e propriedade intelectual; 4. Competências de alfabetização midiática e informacional para enfrentar informação factualmente errada, desinformação e discurso de ódio: Em defesa da busca da verdade e da paz; 5. Audiências enquanto cidadãos; 6. Representação em mídia e informação: destacando a igualdade de Gênero; 7. Como a Mídia e a Tecnologia influenciam o Conteúdo; 8. Privacidade, proteção de dados e você; 9. Oportunidades e desafios da Internet; 10. Publicidade e alfabetização midiática e informacional; 11. Inteligência artificial, mídia social e competências de AMI; 12. Mídia digital, jogos e mídia tradicional; 13. Mídia, tecnologia e objetivos de desenvolvimento sustentável: o contexto de AMI e 14. Comunicação e informação, AMI e aprendizagem – um módulo fundamental. Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

¹⁰⁷ No original em inglês, o currículo é apresentado para "educators and learners". O termo "learner" pode ser traduzido para a língua portuguesa como estudante, aluno ou aprendiz.

Quadro 6 – Resultados de Aprendizado e Competências Desejáveis de AMI do Currículo “Media and information literate citizens: think critically, click wisely!”

Resultados de aprendizagem amplos		Competências para pessoas alfabetizadas em mídia e informação:
1.	Reconhecer e articular a necessidade de informação, mídia e comunicações digitais na vida pessoal e cívica.	Reconhecer, determinar e articular a natureza, tipo, função e escopo do conteúdo, da instituição, da mídia e tecnologia digital relevantes para as necessidades e interesses pessoais, sociais e cívicos; saber distinguir entre suas próprias necessidades e as necessidades, sistemas e motivos dos provedores de serviços de conteúdo.
2.	Compreender o papel e as funções dos provedores de informação, como bibliotecas, arquivos, museus, editoras, mídia, comunicações digitais etc.	Entender a necessidade e função dos provedores de mídia, informação e TIC na sociedade, inclusive na internet e como as empresas de comunicação digital e a mídia podem trabalhar para o desenvolvimento sustentável, inclusive de sociedades abertas, transparentes e inclusivas.
3.	Compreender as condições sob as quais os provedores relevantes podem desempenhar suas funções.	Entender a importância da liberdade de informação, liberdade de expressão e liberdade de imprensa; questões de propriedade de plataformas de mídia e comunicações digitais; protocolos e tecnologias de tomada de decisão abertos e baseados em direitos, bem como profissionalismo e ética para repositórios de informações; estar ciente de que muitos provedores são movidos pelo lucro, o que pode comprometer a integridade e o bem-estar público; e compreender as condições de uso e decidir, avaliar e agir de acordo; saber combatê-las oferecendo narrativas positivas e verificadas e fortalecendo habilidades de verificação de fatos e compreender a necessidade das empresas de comunicação digital garantirem mecanismos de mitigação e reportarem estratégias.
4.	Localizar e avaliar informações relevantes relacionadas a necessidades pessoais, educacionais, políticas, culturais, religiosas e outras necessidades sociais.	Aplicar técnicas de pesquisa e localizar, bem como avaliar, informações e conteúdo de mídia de forma eficaz, eficiente e com conhecimento da procedência, lógica de classificação e dados derivados da geração de resultados de pesquisa – conectando-se a questões de mídia e desenvolvimento.
5.	Avaliar criticamente informações, mídia e conteúdo digital.	Avaliar, analisar, comparar e avaliar informações e mídia, segundo os critérios iniciais para avaliação das informações encontradas ou recebidas: saber identificar e desmascarar informações incorretas, como teorias da conspiração, assim como avaliar criticamente os

Resultados de aprendizagem amplos		Competências para pessoas alfabetizadas em mídia e informação:
		provedores de informações quanto à autenticidade, autoridade, credibilidade e propósito, ponderando oportunidades e potenciais riscos.
6.	Saber se proteger de riscos on-line em relação a software, conteúdo, contatos e interação.	Estar ciente das práticas digitais de segurança e poder aplicar este conhecimento para se proteger de riscos on-line (roubo de identidade, phishing, spyware, infecção por vírus, invasão de privacidade), estar ciente das ameaças à segurança pessoal (como aliciamento, bullying, conselhos potencialmente prejudiciais, criação de perfis, conteúdo impróprio para idade, conteúdo ilegal, incitação a danos, violação de direitos humanos etc.) e saber que não deve espalhar ou compartilhar tal conteúdo.

Fonte: UNESCO, 2021, p. 32¹⁰⁸

¹⁰⁸ Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

Ao longo de 20 módulos temáticos, o curso on-line massivo (MOOC) “Think Critically, Click Wisely: Media and Information Literacy in the next normal” (UNESCO, 2025) segue o respectivo currículo, sendo também apresentado no formato de áudio, com a possibilidade de ser transmitido via rádio nos idiomas disponíveis (inglês e espanhol) mediante autorização da UNESCO. O MOOC abrange cinco episódios, cada um com cerca de 30 minutos de duração, dos quais o módulo 3 trata do conceito de desinformação e de como a AMI lida com o fenômeno, via avaliação crítica do conteúdo, digital, checagem de fatos e valorização do conteúdo jornalístico de qualidade. Entre os objetivos pedagógicos buscados por este módulo estão a compreensão do prejuízo que informações falsas e enganosas causam à confiança pública, exemplos de técnicas e ferramentas de checagem, distinção entre os vários tipos de informação factualmente problemática e exemplos de tipos comuns destes conteúdos encontrados em diferentes plataformas.

Abordadas pela publicação “Diretrizes operacionais: Construir Cidades de Alfabetização Midiática e Informacional da UNESCO¹⁰⁹” (UNESCO, 2024), as iniciativas relacionadas a AMI no espaço urbano articulam-se à coalizão Aliança de Mídia e Informação (Media and Information Alliance) da organização¹¹⁰. Contando com a participação de vários países, inclusive o Brasil, a aliança integra atores multissetoriais. No Brasil, ela se faz presente através de instituições de ensino superior como USP e Unicamp, associações como a ABPEducom, organizações não governamentais como o Instituto Palavra Aberta e organizações comunitárias, além de prefeituras de municípios como São Paulo e Santos. Segundo o jornalista brasileiro Alexandre Le Voci Sayad¹¹¹, a UNESCO recomenda a integração da educação formal, educação não-formal e aprendizagem informal como diretriz para a AMI no espaço público:

É uma concepção da UNESCO que o esforço da AMI é estar nas três modalidades de educação [formal, não-formal e aprendizagem informal]. Isso já é uma concepção inicial. Agora, tem uma proposta que eu fiz até, fui eu que escrevi o guideline [diretriz], para as cidades que educam para a mídia como uma proposta comunitária.

¹⁰⁹ Ver item 5 do Quadro 5 - Recursos Digitais e Iniciativas de AMI da UNESCO Relacionados à População Extraescolar.

¹¹⁰ Disponível em: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/alliance/members?hub=749>; <https://www.instagram.com/p/DCh6J3mhU4M/>

¹¹¹ As respostas mais longas (mais de três linhas) dos entrevistados para esta tese de doutorado serão registradas com recuo e fonte menor. A propósito, a entrevista de Alexandre Sayad foi concedida em 3 de junho de 2025 por videochamada.

Elaboradas para guiar iniciativas que integrem a AMI ao espaço urbano, atingindo assim a população extraescolar, as referidas diretrizes operacionais (UNESCO, 2024, p.2-3) têm dois objetivos centrais:

1. Esclarecer como as cidades podem promover e se integrar à AMI em espaços virtuais e físicos;
2. Explicar como a organização atua neste campo através de três objetivos secundários:
 - a. monitorar tendências, boas práticas e desafios;
 - b. divulgar principais realizações;
 - c. avaliar a influência de iniciativas nesse sentido na vida urbana

Entre outros centros urbanos, as diretrizes (UNESCO, 2024, p. 4-8) mencionam nove "Cidades MIL", que aplicam os princípios de AMI como política pública local, incluindo as brasileiras Santos¹¹² (através de eventos de AMI promovidos pelo espaço municipal Parque Tecnológico) e São Paulo (através de programas escolares de produção de mídia digital de autoria de alunos da rede municipal). Já em termos de engajamento das partes interessadas, as diretrizes recomendam ações integradas de:

- Governos locais e redes de prefeitos;
- Sistemas educacionais (incluindo recursos e equipamentos da educação formal e informal, como bibliotecas e museus);
- Sistemas municipais de saúde;
- Sistema de transporte (estações, salas de espera, a bordo de veículos de transporte público e vias);
- Indústria de entretenimento e emissoras públicas locais;
- Centros comerciais;
- Autoridades eleitorais locais;

¹¹² Segundo a UNESCO, ao final de novembro de 2024, 17 cidades de vários continentes, incluindo Cairo (Egito), Helsinque (Finlândia) e Joanesburgo (África do Sul), além das brasileiras Santos e São Paulo haviam se voluntariado para serem "Cidades MIL", aplicando as diretrizes de AMI da organização. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-media-and-information-literacy-cities-empowering-urban-development-and-information-cultures>; <https://www.santos.sp.gov.br/?q=noticia/expo-projetos-santistas-de-educacao-midiatica-viram-exemplos-no-combate-a-desinformacao>;

- Construtores de cidades (planejadores urbanos, arquitetos e especialistas em infraestrutura);
- Outros atores do setor privado (através de ações de responsabilidade social corporativa)

As diretrizes também destacam o papel das chamadas Cidades MIL (MIL Cities) na promoção dos direitos humanos e da igualdade de gênero:

As cidades que promovem e integram a Alfabetização Midiática e Informacional nos espaços urbanos podem contribuir de forma significativa para a garantia e promoção dos direitos humanos. Em primeiro lugar, as habilidades de Alfabetização Midiática e Informacional apoiam diretamente o direito à informação, à liberdade de expressão e às sociedades democráticas. Ao capacitar os cidadãos com capacidades de pensamento crítico para acessar, compreender e expressar opiniões com base em diversas fontes de informação, as Cidades MIL reforçam os fundamentos da liberdade de expressão e da participação informada do público. [...] Em 2007, a UNESCO adotou a igualdade de gênero como uma prioridade global para oferecer soluções para reduzir as desigualdades. [...] As Cidades MIL devem permitir que os cidadãos detectem informações discriminatórias e estereotipadas e ofereçam contra-narrativas nos ecossistemas de informação e conteúdo. (UNESCO, 2024, p. 9)

Endereçado a educadores de adultos e autodidatas, o curso “Media and Information Literacy for Adult Educators¹¹³” (UNESCO, 2023) é publicado apenas em inglês, contendo oito módulos com duração total estimada em dez horas. Além de uma introdução sobre os objetivos da UNESCO para AMI na educação de adultos (cujo foco é equipar tais indivíduos com habilidades para avaliar informações criticamente, navegar na internet com segurança e participar ativamente da sociedade), o curso abrange áreas-chave de AMI¹¹⁴ através de lições, exercícios e avaliações com grau de desafio progressivo. Entre tais áreas-chave, vale destacar a que propõe o combate ao discurso de ódio através da Aprendizagem Socioemocional (ASE), ou Socio and Emotional Literacy (SEL) no original em inglês, um conceito incrementalmente adotado pela UNESCO ao longo da última década no âmbito do ODS 4, focado, por sua vez, na educação de qualidade e transformação do processo educacional. Segundo a UNESCO (2024), a ASE é um processo de aquisição de uma série de competências:

¹¹³ Ver item 4 do Quadro 5 - Recursos Digitais e Iniciativas de AMI da UNESCO Relacionados à População Extraescolar.

¹¹⁴ Áreas-chaves de AMI para a UNESCO: 1. Redes sociais: benefícios, riscos e dinâmica de negócios; 2. Promovendo uma cidadania ativa e responsável online e offline; 3. Combatendo o discurso de ódio por meio da aprendizagem socioemocional; 4. Alfabetização digital: segurança, privacidade e propriedade intelectual; 5. Navegando pela IA e pela IA generativa; 6. Igualdade de gênero em espaços on-line; e 7. Jornalismo versus desinformação nas mídias digitais.

Reconhecer e gerenciar emoções, desenvolver cuidado e preocupação com os outros, estabelecer relacionamentos positivos, tomar decisões responsáveis e lidar com situações desafiadoras de forma eficaz. Em outras palavras, é o processo holístico de aprendizagem fundamentado na ética do cuidado. Combina aspectos cognitivos, sociais, emocionais e relacionais da aprendizagem para aprimorar o bem-estar, o sucesso acadêmico e a cidadania global ativa dos alunos, promovendo mudanças sociais positivas (UNESCO, 2024, p. 16).¹¹⁵

Dotada de clara afinidade com as habilidades socioemocionais necessárias à navegação segura e civilizada na Internet, a ASE é um conceito amplo, com aplicação on-line e offline. Sua aquisição (UNESCO, 2024, p.16) visa promover relações positivas e mudanças comportamentais orientadas para a ação, capacitando os indivíduos a:

- Compreender e expressar emoções de forma eficaz;
- Demonstrar empatia e compaixão pelos outros;
- Responder de forma adequada e contextualizada;
- Formar um senso inclusivo de identidade;
- Estabelecer e manter relacionamentos interpessoais saudáveis e de apoio mútuo;
- Trabalhar em prol de objetivos pessoais e coletivos;
- Tomar decisões éticas;
- Tornar-se membros engajados e participativos de suas comunidades;
- Contribuir para objetivos mais amplos, como a construção de sociedades inclusivas, justas, saudáveis, pacíficas e sustentáveis

Contando com crescente centralidade para a organização, a ASE foi abordada no seu evento anual sobre educação realizado em Fortaleza em outubro de 2024. Na ocasião, foi lançado o manual “Mainstreaming social and emotional learning in education systems: policy guide”¹¹⁶ (Integração da aprendizagem socioemocional nos sistemas educacionais: guia de políticas) (UNESCO, 2024), recurso integrante da Agenda 2030 da ONU contendo diretrizes de ensino em sistemas educacionais, inclusive para a chamada educação comunitária, que inclui a população extraescolar. O manual oferece sete diretrizes:

¹¹⁵ “To recognize and manage emotions, develop care and concern for others, establish positive relationships, make responsible decisions and handle challenging situations effectively. In other words, it is the holistic process of learning grounded in ethics of care. It combines cognitive, social, emotional and relational aspects of learning to enhance learners’ well-being, academic success, and active global citizenship, promoting positive social changes”. Tradução livre da autora. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/what-you-need-know-about-social-and-emotional-learning>.

¹¹⁶ Publicação disponível apenas em inglês. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392261>.

Quadro 7 – Diretrizes da UNESCO para ASE entre Comunidades e Iniciativas de Aprendizagem Inclusiva

1.	Garantir que a política e o planejamento para a ASE garantam amplo espaço para locais comunitários para a expansão da ASE introduzida e praticada nas escolas.
2.	Desenvolver uma abordagem transformadora e sistêmica para a ASE, considerando três fundamentos de educação inclusiva que a sustentam: (i) uma perspectiva de aprendizagem ao longo da vida e em toda a vida; (ii) uma visão de comunidade socioecológica para incorporar a relevância das ecologias sociais relacionais e físico-materiais dos indivíduos; e (iii) uma abordagem baseada em ativos como uma estrutura para ação.
3.	Reconhecer e aproveitar o potencial da ASE para equipar todos os atores com as ferramentas e competências para se envolverem de forma transformadora com as relações e estruturas de poder existentes.
4.	Aproveitar o potencial transformador e relacional da ASE para transferir poder e sustentar mudanças por meio de: (i) construção de uma comunidade de cuidadores como base para comunidades socialmente conectadas; (ii) construção de pontes entre escolas, famílias e comunidades; e (iii) contribuição para transformações locais e globais em direção ao bem comum.
5.	Aproveitar o papel fundamental dos fatores ambientais nos processos do ASE criando um contexto de apoio baseado em uma estrutura abrangente e coerente, relevante para todos os atores da comunidade.
6.	A implementação sistêmica e transformadora da ASE requer sua integração como uma perspectiva de equidade, inclusão e justiça social.
7.	Fornecer todo o apoio necessário para a realidade local da educação para a ASE como ponto de partida fundamental para considerar sua validade na educação. Grande parte da inspiração para a ASE é encontrada nas culturas e comunidades do mundo, em suas línguas e expressões culturais.

Fonte: Elaborado a partir de de UNESCO, 2024, p. 22-23¹¹⁷.

Em termos de ação, a UNESCO recomenda a colaboração entre escolas e comunidades, além de uma abordagem baseada em ativos para a ASE, a partir de três princípios (UNESCO, 2024, p 137):

- Foco no positivo ao reconhecer que as pessoas possuem a força interior para assumir o controle de suas próprias vidas e construir relacionamentos e redes;
- Identificação de ativos individuais e recursos comunitários (identificação de ativos) e conectando tais ativos entre si para aumentar sua eficácia (mobilização de ativos), enfatizando o estabelecimento de redes e a construção de relacionamentos;
- Ter o objetivo de criar um senso de empoderamento e autodeterminação

¹¹⁷ Traduzido com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

Já em termos de ferramentas pedagógicas – concebidas primariamente, segundo a publicação, para a população infantil no ambiente escolar – a publicação recomenda a chamada abordagem que utiliza o acrônimo em inglês RULER (UNESCO, 2024, p.77)¹¹⁸:

Reconhecer emoções em si mesmo e nos outros.
Compreender as causas e consequências das emoções.
Rotular as emoções com um vocabulário diferenciado.
Expressar emoções de acordo com as normas culturais e o contexto social.
Regular as emoções com estratégias úteis¹¹⁹.

Note-se a propósito, que assim como a ASE, a abordagem pedagógica RULER é relativamente recente até mesmo para o próprio ambiente escolar. Seu lançamento como diretriz pedagógica da UNESCO, em outubro de 2024, é posterior à edição do currículo “Media and information literate citizens: think critically, click wisely!”, publicado em 2021, e de seu respectivo MOOC, lançado em março de 2024.

A propósito da necessidade da incorporação da ASE à AMI, a questão dos gatilhos emocionais associados à desinformação estaria, segundo Sayad, associada à publicidade e à noção do tempo necessário para a reflexão crítica do usuário, devendo ser destaque em iniciativas de educação midiática e tratados de forma abrangente:

Eu acho que o gatilho emocional é uma estratégia da propaganda, da publicidade. Eu acho que a publicidade sempre vendeu pela emoção, ela pouco vendeu pela razão e, no fundo, é o que você está vendo nessa nova onda de desinformação, com click baits¹²⁰ e conteúdos maliciosos. Sobre tudo os clickbaits são guiados pela emoção. O clickbait é feito para você se emocionar com aquela manchete e clicar. Esse é um assunto próprio da educação midiática, acho que não tem que ter uma estratégia específica, esse é o assunto da educação midiática como um todo. Porque tem uma questão na educação midiática que não é muito bem resolvida, e eu não sei de maneira muito prática como endereçar isso, porque o pensamento crítico, que é o eixo disso tudo que a gente está falando, e [...] ele é baseado em uma coisa chamada tempo. Você precisa de um tempo para exercer o seu pensamento crítico, que é o tempo da reflexão. É o tempo de você elevar as suas suspeitas, analisar criticamente e baixar as suas suspeitas, depois de uma análise. E a gente não vive isso hoje, a gente vive numa velocidade que você vai guiando pelo coração e clicando. Esse é um aspecto que não está resolvido, e eu não tenho muita ideia como vai ser resolvido. [...] Essa preocupação com o gatilho emocional e com a raiva, ela não é um assunto que deve estar na educação midiática. Ela é a própria educação midiática. [...] O que eu acho importante a gente entender é que essa é uma questão central contemporânea que precisa estar contemplada e que talvez a melhor maneira de endereçá-la hoje seja justamente ter esse olhar sistêmico para o ataque da educação midiática.

¹¹⁸ Baseado em Brackett (2019) e em Cipriano et al. (2017).

¹¹⁹ “Recognize emotions in oneself and others.

Understand the causes and consequences of emotions.

Label emotions with a nuanced vocabulary.

Express emotions in accordance with cultural norms and social context.

Regulate emotions with helpful strategies.” Tradução livre da autora.

¹²⁰ Tradução de “click baits”: caça cliques. Tradução livre da autora

Já o documento “User empowerment through Media and Information Literacy responses to the evolution of Generative Artificial Intelligence (GAI)” (UNESCO, 2024) reúne as diretrizes¹²¹ da organização para o ensino de AMI relacionadas à IAG. Suas mensagens centrais são reproduzidas a seguir:

Quadro 8 - Mensagens Centrais da UNESCO para AMI Relacionada à AIG

1.	A Inteligência Artificial e a IA Generativa estão tendo um impacto significativo no engajamento das pessoas com a informação, a tecnologia digital e a mídia. Isso levanta preocupações sobre o controle – humano, agência e autonomia sobre a informação, tomada de decisões, igualdade de gênero e liberdades em geral.
2.	O empoderamento do usuário por meio da alfabetização midiática e informacional como uma resposta à IAG, que ainda está em fase inicial, precisa ser totalmente implementado e os formuladores de políticas públicas devem se preocupar em desenvolvê-lo bem desde o início.
3.	A AMI é necessária para construir o uso ético de mídia sintética, ou seja, conteúdo de vídeo, texto, imagem ou voz gerado total ou parcialmente por sistemas de IA.
4.	As oportunidades sociais aprofundadas pela IAG incluem: acesso à informação, participação, empregabilidade, criatividade, aprendizagem ao longo da vida e indústrias criativas.
5.	Os potenciais riscos sociais agravados pela IAG incluem: desinformação, perda de privacidade de dados, ameaças à integridade das eleições, vigilância, falta de confiabilidade na fonte, discriminação, incluindo estereótipos raciais e de gênero e violações de direitos autorais.
6.	Com base na familiaridade diante da urgência, a alfabetização em IA pode ser incorporada à AMI para ensinar e treinar todos os tipos de comunidades (educadores, bibliotecários, trabalhadores com jovens, redes de mulheres, etc.)
7.	Garantir uma IA explicável é essencial tanto para o design dos currículos de AMI quanto para o design de políticas e governança em torno da IAG.
8.	Para construir confiança na informação e na educação, a confiabilidade da fonte precisa ser revisada para abranger os diferentes tipos de "evidências" fornecidos pela IAG.
9.	A AMI pode treinar pessoas informadas de fora da indústria de tecnologia para participar do design, implementação e regulamentação da IA, de uma maneira que permaneça centrada no ser humano, sensível ao gênero e consciente do interesse público.
10	O treinamento para AMI é de responsabilidade de governos e instituições de ensino superior, que têm o dever de garantir que as ações das políticas de AMI sejam sustentadas e fortalecidas ao longo do tempo para serem preparadas para o futuro, diante da constante evolução da IA/IAG.

Fonte: UNESCO, 2024, p. 2¹²².

Posteriormente ao envio da maioria dos recursos da UNESCO recomendados por Hulin, solicitamos a ela respostas a questões de aprofundamento para abordar pontos como

¹²¹ Ver item 10 do “Quadro 5 - Recursos Digitais e Iniciativas de AMI da UNESCO Relacionados à População Extraescolar”.
¹²² Traduzido com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

possíveis traduções para o português de quatro deles, potencialmente relacionados a estratégias viáveis de AMI para a população extraescolar: Currículo e MOOC de AMI “Cidadãos alfabetizados em mídia e informação: pensem criticamente, cliquem com sabedoria!” (itens 1 e 2 do Quadro 5); “Curso On-line para Educadores Adultos” (item 4) e “Empoderamento do usuário por meio de respostas de Alfabetização Midiática e Informacional à evolução da Inteligência Artificial Generativa” (IAG) (item 10). Segundo Hulin¹²³, à época da entrevista (junho de 2025) não havia planos para traduzir esses recursos para o português. Por outro lado, ela compartilhou mais dois cursos on-line disponíveis em português: “Criador de conteúdo digital/ Curso online: Como ser uma voz confiável on-line”¹²⁴ e “Alfabetização Midiática, Informacional e Diálogo intercultural”¹²⁵. Nossa segunda questão indagava se a UNESCO teria diretrizes para lidar com gatilhos emocionais como raiva e medo em usuários de mídias sociais.

De acordo com ela, o trabalho da organização nessa área concentra-se na regulamentação de plataformas, bem como no empoderamento dos usuários, recomendando o documento on-line “Diretrizes da UNESCO para a Governança de Plataformas Digitais”¹²⁶, que “ênfatiza a responsabilidade das plataformas em reduzir conteúdos como desinformação, discurso de ódio e conspirações que manipulam as emoções dos usuários”¹²⁷. Perguntamos também se a UNESCO planeja gerar conteúdo específico de AMI para abordar os riscos da desinformação vinculados a tais gatilhos emocionais. Hulin ressaltou o programa Mídias Sociais para a Paz (Social Media 4 Peace¹²⁸) da organização, “que visa fortalecer a resiliência das sociedades a conteúdos potencialmente nocivos disseminados on-line”, acrescentando que o projeto apoiou o desenvolvimento de 28 políticas e ferramentas de TIC em diferentes países e continua a se expandir. Ainda sobre os gatilhos emocionais ligados à desinformação, questionamos se a UNESCO teria iniciativas conjuntas e/ou quaisquer planos nesse sentido junto à Organização Mundial da Saúde (OMS) e o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). Segundo ela, no momento da entrevista não haviam iniciativas conjuntas específicas sobre este tema com a OMS ou o PNUMA,

¹²³ Entrevista concedida originalmente em inglês em duas etapas, com respostas enviadas em 15 de maio e 6 de junho de 2025. Tradução realizada com a ferramenta Google Tradutor; revisão nossa.

¹²⁴ Ver item 12 do Quadro 5 – Recursos Digitais de AMI da UNESCO para a população extraescolar.

¹²⁵ Ver item 13 do Quadro 5 – Recursos Digitais de AMI da UNESCO para a população extraescolar. Conteúdo recomendado por Hulin no envio de suas respostas às questões de aprofundamento.

¹²⁶ Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387560>

¹²⁷ Versão em português disponível em: <https://unesdoc.UNESCO.org/ark:/48223/pf0000387560>

¹²⁸ Disponível em: <https://www.unesco.org/en/social-media4peace>

acrescentando que "estamos abertos a futuras colaborações nesta área". Perguntamos finalmente se a UNESCO possuía diretrizes para lidar com habilidades cognitivas insuficientes entre a população extraescolar brasileira, o que representa desafios ao pensamento crítico. Hulin afirmou que embora não houvessem diretrizes específicas para essa questão, "a preocupação se reflete no currículo de Alfabetização Midiática e Informacional¹²⁹, que incentiva o uso de tecnologias tradicionais e digitais para conectar a aprendizagem escolar e extraescolar – especialmente para alunos que estão fora da educação formal", acrescentando que questões semelhantes também são abordadas na Declaração e no Quadro de Ação da UNESCO sobre Educação 2030: Declaração de Incheon¹³⁰. Por fim, ela nos incentivou a "ficar de olho em nosso site¹³¹ para obter recursos e atualizações futuras".

A propósito do documento "Diretrizes da UNESCO para a Governança de Plataformas Digitais", em resposta à pergunta 2, sobre como a organização propõe o enfrentamento da questão os gatilhos emocionais de raiva e medo em AMI no âmbito das redes sociais, note-se que tais diretrizes têm um caráter amplo, a serem operacionalizadas mediante processo consultivo da organização multilateral. As diretrizes, que não mencionam especificamente gatilhos emocionais, tratam de conteúdos digitais gravemente problemáticos, como os associados a crimes como pedofilia e à desinformação relacionada a conflitos armados, crises como pandemias e à mudança climática. O documento baseia-se nos cinco princípios reproduzidos a seguir (UNESCO, 2023, p.5)¹³²:

1. As plataformas efetuam devidas diligências em matéria de direitos humanos;
2. As plataformas aderem às normas internacionais em matéria de direitos humanos, incluindo na concepção das plataformas, na moderação de conteúdos e na curadoria de conteúdos;
3. As plataformas são transparentes;
4. As plataformas disponibilizam informações e ferramentas aos usuários;
5. As plataformas são responsáveis perante as partes interessadas relevantes.

¹²⁹ Ver item 1 do Quadro 5 – Recursos Digitais de AMI da UNESCO para a população extraescolar.

¹³⁰ Publicada ao final do Fórum Mundial de Educação de 2015, realizado na Coreia do Sul, a Declaração de Incheon é um compromisso global de transformação da educação até 2030. Integrada à Agenda 2030 da ONU, a declaração cria um marco para a ODS 4, em prol de uma educação inclusiva, equitativa e de qualidade e que promova oportunidades ao longo da vida para todos. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233137_por

¹³¹ Disponível em: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>

¹³² Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/articles/diretrizes-para-governanca-das-plataformas-digitais>

Também recomendado por Hulin, o projeto da organização Social Media 4 Peace¹³³ (SM4P) (Mídias Sociais para a Paz) (UNESCO, 2021), visa “fortalecer a resiliência das sociedades a conteúdos potencialmente nocivos disseminados on-line”, especialmente do discurso de ódio nas redes sociais enquanto proteja a liberdade de expressão. Financiado pela União Europeia, sua fase inicial pesquisou as causas-raiz, a escala e impacto de conteúdo nocivo nas redes sociais, elaborando uma avaliação preliminar de risco em quatro países (Bósnia e Herzegovina, Colômbia, Indonésia, e Quênia) e recomendações sobre medidas e ferramentas para enfrentar conteúdos potencialmente prejudiciais e prevenir conflitos e a instabilidade política. Em termos de AMI, a UNESCO recomenda a seguinte estratégia para SM4P (UNESCO, 2025)¹³⁴:

- Reconhecimento de informações factualmente erradas e da desinformação e diferenciação entre fontes confiáveis do conteúdo manipulativo;
- Identificação e abordagem discurso de ódio, entendendo como as narrativas on-line alimentam divisões e sabendo como responder ou denunciar;
- Evitar cair em câmaras de eco, incentivando o pensamento crítico e o engajamento com diversos pontos de vista.

Lançada em julho de 2025 na Indonésia, a segunda fase do projeto¹³⁵ estende-se à África do Sul, Quirguistão e Iraque, focando em iniciativas de AMI voltadas a crianças entre sete e doze anos no ambiente escolar e a educadores, com o desenvolvimento de uma caixa de ferramentas digitais descrevendo competências para alunos, além de recursos de orientação para professores (UNESCO, 2025). A segunda etapa do projeto prevê o trabalho conjunto com escolas religiosas indonésias a fim de combater a intolerância e preconceito de cunho religioso.

¹³³ Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/social-media-4-peace>

¹³⁴ Disponível em: <https://www.unesco.org/en/social-media4peace#:~:text=In%20the%20digital%20world%2C%20harmful,other%20countries%20facing%20similar%20challenges.>

¹³⁵ Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/social-media-4-peace-phase-ii-kicks-indonesia-focus-media-and-information-literacy-educators-and>

4.3 Educomunicação (Abpeducom)

De acordo com Claudemir Edson Viana¹³⁶, professor de Epistemologia da Educomunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de S. Paulo da ECA/USP e secretário-executivo da ABPEducom, estratégias alinhadas às iniciativas, projetos e conteúdos da UNESCO, anteriormente destacados, têm sido promovidos na América Latina, inclusive no Brasil, com foco na população extraescolar por parte de organizações sociais (OS) e grupos coletivos. Viana observa, a propósito, que a educação formal e a não formal não são conceitos opostos, mas complementares, "transversantes" e presentes em iniciativas de educomunicação¹³⁷ (AMI):

Tem a apresentação do meu primeiro orientando de mestrado, [Marcelo Santos], que fez uma pesquisa sobre como é que as pessoas aprendiam conversando no espaço do chat de um canal no YouTube dedicado a um game, a um jogo chamado Minecraft. [...] Há uma ex-aluna nossa [Juliana Alves do Santos, doutora em Educomunicação pela ECA/USP em 2024]. Ela identificou muitos projetos que estão acontecendo na América Latina que são de educomunicação. [...] Isso é uma pesquisa recente. E não é só no Brasil, é na América Latina [...] Temos exemplos que existem há muito tempo. Recentemente, explicitamente relacionado com a educomunicação [...]. É o projeto Viração Educomunicação. [...] É uma revista que começou há 25 anos atrás, produzida por jovens, para jovens, e que hoje é uma central internacional, não só nacional, de vários projetos feitos por e para jovens, e que tratam de várias temáticas. É um movimento da sociedade civil, e que parte do espaço da mídia produzida. Não como fim, mas como meio para atingir um objetivo maior e mais desafiador. Qual seja? A ideia da educação, sobretudo de jovens, mas não só jovens, para uma transformação social, para uma participação cidadã mais efetiva, para uma aprendizagem sobre como lidar com as oportunidades e com os riscos da sociedade, da cibercultura, etc. Eles têm um portal¹³⁸ maravilhoso, e eles têm muitos projetos já. Já acumulam muitos projetos.

Lançada inicialmente em 2003 em Fortaleza como uma revista sobre comunicação produzida por jovens e adolescentes, a organização social Viração Educomunicação apresenta-se atualmente como uma iniciativa “inspirada na Educação Libertadora de Paulo Freire¹³⁹”, tendo como missão “conectar, inspirar e engajar meninas, meninos e meninos na construção de uma sociedade justa, sustentável e plural¹⁴⁰”. Segundo seu website, desde sua fundação, o Viração já mobilizou mais de cinco milhões de adolescentes no Brasil, outros países da América Latina e da Itália, tendo ao longo do tempo incorporado atividades como

¹³⁶ Entrevista realizada por videochamada em 22 de abril de 2025.

¹³⁷ Ver nota 5, na introdução desta tese de doutorado para definição e emprego do conceito de educomunicação.

¹³⁸ Disponível em: <https://viracao.org/>

¹³⁹ Disponível em: <https://viracao.org/quem-somos/atuacao/>

¹⁴⁰ Disponível em: <https://viracao.org/quem-somos/>

uma agência de notícias e uma rede nacional de comunicadores, ambas protagonizadas e focadas no público juvenil.

Em termos de projetos permanentes, a organização mantém a Agência Jovem de Notícias¹⁴¹ (AJN), um portal noticioso criado “para ampliar o alcance das vozes de jovens comunicadores, a fim de que elas se encontrem entre si e promovam o diálogo em torno de temas relevantes para a juventude e para a sociedade como um todo”. Os temas cobertos pela AJN abrangem direitos humanos (incluindo diversidade), clima, educação, cultura, trabalho, ciência e tecnologia (incluindo redes sociais). Publicado em fevereiro de 2025, um conteúdo relacionado¹⁴² às redes sociais reflete, por exemplo, sobre o fato de obras literárias de autoras como Clarice Lispector, que por sua vez abordam protagonistas femininas em estados de crise existencial ou desafio às normas sociais, terem se tornado uma tendência, ou “trend”, no jargão das redes sociais, “de livro de mulher maluca”. Ainda segundo o website da agência, os conteúdos são produzidos por jovens voluntários, sendo publicados em português, espanhol, italiano e inglês.

Contando com instituições parceiras e financiadoras como UNESCO, o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), ONU-Habitat – programa da ONU para assentamentos humanos – e a Embaixada da França no Brasil, o Viração atua também em programas focados em questões como cidadania, direitos humanos (incluindo desigualdade de gênero e raça) e saúde, declarando, em sua política de salvaguarda¹⁴³ adotar tolerância zero¹⁴⁴ “à qualquer forma de violência, abuso sexual ou exploração sexual contra crianças, adolescentes e jovens”.

Em estudo recomendado por Viana, Souza (2024) localizou em sua tese de doutorado “(Edu) comunicar na América Latina: distribuição, atuação e resistências de coletivos de comunicação” 1.401 grupos atuantes em projetos comunitários de comunicação em 18 países latino-americanos. Vale notar que o escopo do trabalho de Souza não inclui iniciativas relacionadas especificamente a AMI ou a gatilhos emocionais presentes em redes sociais. Entre os grupos atuantes, 449 coletivos foram localizados no Brasil, sendo o estado de São Paulo sede de 81, ou 22,8% do total:

¹⁴¹ Disponível em: <https://agenciajovem.org/>

¹⁴² Disponível em: <https://agenciajovem.org/redes-sociais/a-trend-livro-de-mulher-maluca-questoes-de-genero-e-literatura-na-internet/>

¹⁴³ Disponível em: <https://viracao.org/>

¹⁴⁴ Disponível em: <https://unhabitat.org/about-us/learn-more>

Enquanto condição de segunda nação com maior concentração de coletivos de comunicação na América Latina [atrás apenas da Colômbia], os resultados brasileiros do mapeamento revelaram outros perfis de coletivos que não apareceram no cenário colombiano. Com predominância de grupos periféricos, o Brasil também registrou muitos grupos ligados a movimentos sociais, como Central Única dos Trabalhadores (CUT), Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST), Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB), Movimento de Mulheres Camponesas (MMC), entre outros. A expressão “coletivo de comunicação” também passou a ser utilizada no âmbito da comunicação sindical. Movimentos sociais indígenas também possuem coletivos próprios, a exemplo da Retomada Aty Jovem (RAJ) e da Ação dos Jovens Indígenas de Dourados - MS (AJI) (Vera; Monfort; Gislot, 2023). Nessas iniciativas, o caráter mobilizador evidencia-se por meio de discursos como a descrição feita pelo Coletivo de Juventude da Via Campesina de Rondônia: “Fortalecendo a Comunicação Popular Comunitária com a Juventude da Via Campesina Rondônia: Formar, informar e organizar na Amazônia”⁸⁶, frase cujos verbos de ação trazem perspectivas de comunicação, educação e mobilização (Souza, 2024, p. 122).

Já no âmbito escolar, além, portanto, do escopo desta tese de doutorado, Viana destaca o projeto Memórias em Rede, realizado pela ONG Instituto Devir Educom, cujos princípios incluem “a transformação social, desenvolvendo ações e projetos educacionais, culturais, socioambientais e de pesquisas nas interfaces entre a comunicação e a educação”¹⁴⁵. De acordo com o website institucional, o Memórias em Rede atua em escolas públicas do ensino fundamental em Santos, aliando jornalismo e educação midiática em atividades nas quais alunos exercem a função de repórteres “que tecem e ressignificam suas histórias afetivas e a de cidadãos comuns na relação direta e indireta com a cidade e seus mais distintos lugares, a começar pela escola”¹⁴⁶.

4.4 EJA

Embora a EJA integre o ensino público formal, sendo oferecida por instituições de ensino públicas e privadas e possibilitando a obtenção de certificados do ensino fundamental e médio a jovens, adultos e idosos que concluem o programa, segundo Assis, Prado e Pires (2016), seus aprendizes são pessoas majoritariamente negras e trabalhadoras, apresentando, desta forma, desafios semelhantes àqueles relativos ao espalhamento da desinformação no ciberespaço junto à população extraescolar de adultos e idosos. Para Gabriela Solgon¹⁴⁷, professora de Língua Portuguesa do Centro Paula Souza (a autarquia do governo paulista responsável pela gestão de escolas técnicas do ensino médio) e com experiência em EJA, tal

¹⁴⁵ Disponível em: <https://www.devireducom.org.br/principios>

¹⁴⁶ Disponível em: <https://www.devireducom.org.br/memorias-em-rede>

¹⁴⁷ Entrevista realizada por email; respostas enviadas em 3 de julho de 2025.

modalidade de ensino “ocorre principalmente nas igrejas evangélicas, locais onde esta temática não tem espaço”. A observação de Solgon baseia-se em seu trabalho com jovens e adultos. Ela recomenda, a propósito, atividades pedagógicas de AMI com foco na participação de alunos do EJA.

É importante apresentar o gênero notícia e suas características, ofertar bastantes atividades de leitura e interpretação dos gêneros textuais da esfera jornalística e proporcionar debates, pois é uma metodologia que todos conseguem participar, e [que] costuma ter bastante engajamento entre os estudantes.

Solgon considera “enormes” os desafios de aprendizado de AMI, entre outros temas, para este segmento, cuja complexidade destaca em cinco aspectos listados abaixo:

Heterogeneidade nos níveis de aprendizagem dos estudantes, pois requer abordagens que incluam a todos. Dificuldades extremas com a leitura e falta do hábito de ler, principalmente gêneros textuais que circulam na esfera jornalística. Forte viés religioso, sobretudo evangélico, na interpretação de todos os fenômenos sociais e culturais. Preconceito com a mídia oficial¹⁴⁸. Excesso de faltas e grande evasão de estudantes.

Segundo Solgon, em termos da heterogeneidade demográfica, as turmas de EJA incluem “jovens de 18 anos que acabaram de interromper os estudos, e adultos de 20 a 80 anos que tiveram os seus estudos interrompidos há bastante tempo”. Logo, uma mesma turma pode apresentar, segundo ela, alunos com um “bom nível de leitura [...] e outros que mal conseguem ler”. Em linha com as diretrizes da UNESCO, ela recomenda, portanto, “articulações entre espaços de cultura e a escola” para o ensino de princípios e competências de AMI:

Apesar de todos estes desafios, promover debates sobre notícias, desinformação, entre outros aspectos da educação midiática, além de desenvolver projetos pode ser um caminho interessante para driblar estes “obstáculos”, pois trabalhar a educação midiática com a EJA é contribuir para a formação cidadã deste segmento.

Nesse sentido, alunos de EJA poderiam se beneficiar de atividades como as descritas, contando, para elas, de recursos pedagógicos tais como os da UNESCO e de projetos como o Educamídia, examinado a seguir.

¹⁴⁸ Questionada posteriormente ao envio de suas respostas, Solgon esclareceu que o conceito de “mídia oficial” também pode ser entendido como a chamada “grande imprensa”, rejeitada, segundo ela, pela maioria dos alunos de EJA.

4.4 Projeto EducaMídia

Realizado pela organização Instituto Palavra Aberta, o programa EducaMídia, que é financiado pelo Google.org (divisão de filantropia da empresa) desde 2019, atuando com foco na formação de professores do ensino público básico e na produção de respectivo material pedagógico. Segundo a jornalista Daniela Machado¹⁴⁹, coordenadora pedagógica do EducaMídia, em entrevista concedida a esta tese de doutorado por e-mail, o programa possui conteúdos que “dialogam diretamente” com quatro dos ODS da Agenda 2030 da ONU: ODS 4 para garantir a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida e para todos; ODS 8, para fomentar oportunidades de trabalho decente; ODS 9, para a construção de infraestrutura resiliente, promoção da industrialização inclusiva e sustentável e fomento da inovação (especificamente no acesso qualificado às TIC, inclusive a internet); e ODS 10, para a redução da desigualdade.

Em termos da atuação de grupos comunitários em iniciativas relacionadas a AMI, Machado sugere a promoção de "parcerias com instituições e movimentos que já atuam em cada território e conhecem bem o público que se quer alcançar", assim como uma “estratégia de ‘formar formadores’, com foco principalmente em lideranças locais que já contam com a confiança daquele determinado grupo [comunitário]”. De acordo com Machado, o trabalho em AMI com a população extraescolar demanda a definição de um recorte público e a adoção de uma linguagem e abordagem específicas, uma vez que “há muitos segmentos da população fora das escolas que demandam educação midiática e não acredito que um mesmo material poderá dialogar com todos [aprendizes]”.

Machado também destaca cinco recursos do EducaMídia que considera adequados à população extraescolar:

- EducaMídia 60+, uma iniciativa de AMI voltada à terceira idade, abrangendo guias e vídeos sobre temas como eleições e golpes na internet para oficinas voltadas à leitura e produção de conteúdo digital¹⁵⁰;
- Dois cursos tipo MOOC¹⁵¹ voltados para jovens vulneráveis em busca de oportunidades de trabalho e focados no universo da informação e avaliação de conteúdos e de IA;

¹⁴⁹ Entrevista realizada por email; respostas enviadas em 26 de maio de 2025.

¹⁵⁰ Disponível em: <https://60mais.educamidia.org.br/>

¹⁵¹ Segundo Machado, os dois MOOCS têm links fechados, pois seu conteúdo foi produzido em parceria com a Beta Hub, iniciativa de aprendizagem tecnológica mantida pela plataforma de varejo on-line Mercado Livre.

- Materiais sobre IA, incluindo recursos como um mini-curso introdutório, glossário e um guia de bolso sobre algoritmos e inteligência artificial. Embora tenham sido desenvolvidos para a população escolar, poderiam ser usados com outros públicos¹⁵²;
- Materiais de conscientização para famílias focados na redução de desigualdades, acesso e uso da internet¹⁵³

Assim como Solgon, Machado considera desafiadora a questão de se alcançar e engajar a população extraescolar em iniciativas relacionadas a AMI:

À medida que a educação midiática se fortalece como política pública de educação, a escola torna-se um caminho mais fácil para chegar a crianças e adolescentes (há documentos que favorecem e até determinam a inserção na educação básica). Fora das escolas, a principal dificuldade é encontrar os canais mais assertivos para alcançar diferentes públicos, que demandam também a customização dos materiais ([para] jovens em busca de inserção no mercado de trabalho e idosos que precisam de educação digital para acessar serviços, como SUS Digital e Meu INSS, por exemplo, [que] precisam de linguagens e abordagens distintas). Outro ponto relevante é pensar em quem deve ser o “mediador” do processo de educação midiática. Em muitos casos, faz-se necessária uma aproximação com lideranças locais e sua formação para que atuem como multiplicadores.

A propósito dos desafios mencionados, tanto sobre como alcançar a população extraescolar quanto para o papel de mediador do processo de AMI, vale lembrar que a UNESCO considera as bibliotecas como um espaço relevante para a educação comunitária, inclusive midiática e informacional.

4.5 Bibliotecas

Amplamente recomendada pela UNESCO, a participação das bibliotecas, sejam escolares ou extraescolares, em atividades relativas a AMI ainda é incipiente no Brasil, com ênfase na produção acadêmica, treinamento de bibliotecários e a abordagem do tema em encontros de profissionais do setor, como os promovidos pela Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas de Informação e Instituições (FEBAB). Ex-presidente e vice-presidente da organização à época da entrevista e dotada de ampla experiência no setor, a bibliotecária Adriana Cybele Ferrari¹⁵⁴ afirmou desconhecer iniciativas de educação midiática estruturadas no âmbito das bibliotecas públicas, alertando para

¹⁵² Disponível em: <https://educamidia.org.br/educacao-midiatica-e-inteligencia-artificial/>

¹⁵³ Disponível em: <https://educamidia.org.br/familias/>

¹⁵⁴ Entrevista realizada por email; respostas enviadas por áudio em 1 de outubro de 2025.

questões como a heterogeneidade do público destes espaços e a necessária formatação temática de iniciativas educativas do gênero:

O que o pessoal [bibliotecário] tem feito muito é pensar no combate das “fake news”, mas eu não vejo nada estruturado. [...] O que a gente tem trabalhado muito – temos um grupo de trabalho na FEBAB que é ativo nas redes sociais, com dicas e informações. O compromisso é municiar, fazer uma educação continuada do profissional das bibliotecas e por conseguinte para que as pessoas bibliotecárias se apropriem, conheçam e possam desenvolver esses programas. [...] A gente teve cursos com grande aceitação [...] Só falar “vamos discutir sobre as ‘fake news’” [não resolve] O público das bibliotecas públicas é muito eclético. Então você vai trabalhar que segmento?

Ferrari também reconhece que os históricos déficits educacionais da maioria da população brasileira em habilidades como fluência em leitura e análise de texto são entraves significativos para esforços relacionados focados na população extraescolar. Não menos desafiadora é a crônica falta de recursos de grande parte das bibliotecas públicas brasileiras, geralmente mantidas e geridas por municípios. Diante desse cenário, ela acredita que as bibliotecas devem se apropriar de expressões artísticas existentes e promover atividades como rodas de conversa sobre AMI.

Eu sou a favor de se apropriar das expressões artísticas, de você ter rodas de conversa que não necessariamente vão falar “olha, vamos trabalhar educação midiática”. Se você colocar essa palavra, você afasta as pessoas. Você tem que fazer com o que as pessoas, entre aspas e no bom sentido, consomem, dos programas que você já oferece nas bibliotecas e isso está entremeado. Eu não vejo que você agregue pessoas pra dizer que vamos fazer uma ação contra “fake news”. Eu acho que não vai acontecer isso. Mas começar a trabalhar informações do senso comum ou informações que não são verídicas se utilizando de coisas que as pessoas perguntam muito, [como] no campo da saúde. Enfim, eu acho que pode ser uma estratégia. Não tem uma forma só. Vai depender muito do público que essa biblioteca está tendo, que território que esta biblioteca está inserida. Então é complicado. A gente tem tentado capacitar as pessoas bibliotecárias para que elas tenham essa sensibilidade diante de seus territórios e de suas comunidades.

Silva¹⁵⁵(2024) destaca que a biblioteca mantida pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) em sua unidade Francisco Matarazzo, na zona oeste da cidade de São Paulo, é um caso bem sucedido de como a AMI pode ser trabalhada neste tipo de espaço. Ainda que tenha sido projetada para estudantes como os de cursos técnicos profissionalizantes, a atividade “Oficina: Informação e Pesquisa” oferecida por esta biblioteca do Senac poderia ser adequada à população extraescolar, pois abrange

¹⁵⁵ Silva, Vera Lúcia Marques da. Alfabetização midiática e informacional: prática da biblioteca. In: 30º Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação. Recife. 2024. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/cbbd2024/article/view/3276>.

simultaneamente competências digitais elementares e temas críticos de AMI: a desordem da informação, como pesquisar na internet e fontes de informação digital:

Com o uso de computadores com acesso à internet, na biblioteca ou em laboratórios, os alunos têm a possibilidade de interagir em tempo real, realizar pesquisas e praticar exercícios de busca por informação. [...] Deste modo, a AMI é experienciada de forma contundente, abrindo espaços para diálogos e reflexões acerca da realidade informacional vivida por cada um dos participantes, expandindo assim o potencial informativo da biblioteca, incentivando práticas seguras e responsáveis na utilização de tecnologias digitais (Silva. 2024, p.8-9).

Silva sublinha a atuação de profissionais de biblioteconomia como mediadores e facilitadores de capacidades de AMI como “a seleção crítica de informações, o acesso eficaz a recursos digitais, o uso responsável e ético das tecnologias e a capacidade de construir novos conhecimentos a partir das informações encontradas” (2024, p. 4).

4.6 Radiodifusão

Ao examinar a viabilidade da produção e veiculação de mensagens de AMI durante jogos de futebol via respectivas transmissões radiofônicas e televisivas e postagens em redes sociais sobre conteúdos digitais capazes de despertar emoções negativas junto à população extraescolar, Pimenta, Américo e Grossi (2022) identificam um conjunto de oportunidades e desafios. Entre as oportunidades, destacam a possibilidade de se atingir uma audiência de milhões de espectadores, o grande apelo popular e a capacidade persuasiva da escalação de jogadores famosos como porta-vozes de mensagens cívicas e educativas. Os autores também indicam a necessidade do preenchimento de requisitos como a efetividade comunicacional das mensagens, que precisariam ser de curta duração, requisito ditado, por sua vez, tanto pela competição com as mensagens publicitárias comerciais já inseridas na partida quanto pelo fato do foco da atenção do público estar centrado na competição, além da escalação de atletas de alto rendimento que sejam críveis. Diante dos fatores expostos, concluem que “uma campanha do gênero seria um ponto de partida para a conscientização da população não-escolar sobre o papel das emoções e riscos da desinformação no ambiente digital”:

A despeito do potencial de uma campanha nesses moldes, a iniciativa supõe desafios consideráveis, a começar pelo alinhamento de múltiplos atores: atletas, clubes, agências publicitárias, emissoras, empresas patrocinadoras e redes sociais, além dos altos custos – talvez dezenas de milhões de reais – a depender de eles trabalharem gratuitamente para uma campanha cívica, apartidária e sem fins lucrativos. Ademais, a integridade das mensagens de educação midiática vis a vis a seus patrocinadores – grandes empresas e do setor de mídia – dependeria de que interesses comerciais não se sobrepusessem ao caráter cívico da iniciativa. Outro

desafio considerável seria a promoção de um impacto psicológico positivo e duradouro na audiência. [...] Além de dispor de menos tempo em inserções fragmentadas, seria preciso considerar o conceito da economia da atenção: quando prestamos atenção em algo, ignoramos tudo mais (Pimenta; Américo; Grossi, 2022, p. 12-13).

A propósito, registram que as iniciativas de caráter educativo apoiadas em meios de comunicação de massa como o rádio e a televisão remontam aos conceitos de Entretenimento - Educação (E-E), Merchandising Social (MS) e Edutretenimento, definidos, por sua vez, por Américo e Yonezawa (2009):

Figura 18 – Definições de Entretenimento - Educação, Merchandising Social e Edutretenimento



Fonte: Reproduzido de Américo e Yonezawa (2009, p. 1084).

Segundo os autores, uma campanha atual de educação midiática no ambiente esportivo se enquadraria no terceiro conceito, de Edutenimento, abrangendo recursos audiovisuais, digitais e o conceito publicitário de influência social para conscientizar a população não-escolar sobre os riscos da utilização impulsiva das redes sociais.

A veiculação de mensagens cívicas e educativas em novelas ou por influenciadores sociais enquadra-se no conceito de Entretenimento - Educação (E-E). Ao apresentar possíveis gênese históricas de produtos midiáticos educativos com características de educação e diversão, Américo e Yonezawa (2009) citam o programa "*Sesame Street*", produzido nos Estados Unidos e adaptado no Brasil com o título de "*Vila Sésamo*" e a novela peruana "*Simplesmente María*", veiculados originalmente em

1969, na América Latina e Estados Unidos. Ainda em produção nos EUA, "*Sesame Street*" veicula lições para o público infanto-juvenil. Já "*Simplesmente Maria*", um dramalhão sobre uma pobre jovem hispânica seduzida por um rapaz rico na casa em que era empregada, trazia mensagens sobre os riscos de uma gravidez não planejada e o valor do trabalho feminino. De 1970 a 1974, Manuel Sabido, então executivo da rede mexicana de TV Televisa, liderou o desenvolvimento das "bases teóricas de uma metodologia para a produção comercial de novelas com propósitos educacionais". As novelas produzidas com o Método Sabido resultaram numa queda de 34% na taxa mexicana de crescimento demográfico entre 1977 e 1986. A TV Globo também se tem valido do Merchandising Social, com mensagens educativas incidentais. Em seu relatório de Ações Sociais de 2007, a emissora definiu o conceito como "estratégia de comunicação que consiste na veiculação, nas tramas de novelas e demais programas de entretenimento, de mensagens socioeducativas explícitas ou implícitas, de conteúdo ficcional ou real". Desde o advento da internet, o uso socioeducativo dos meios de comunicação incorpora tecnologias digitais numa nova categoria: Edutretenimento ou Edutenimento, definida por Walldén e Soronen (2004, p. 7) como "programas que utilizam diversas mídias para incorporar mensagens educativas em formatos de entretenimento, ou seja, educam com métodos de entretenimento." (Pimenta; Américo; Grossi, 2022, p. 11-12).

Vale registrar que as 34 recomendações feitas por Wardle e Derakhshan (2017, p. 84) ao final de seu relatório sobre a desordem da desinformação incluem a produção de conteúdo de AMI por organizações midiáticas, contando "histórias sobre a escala e a ameaça representada pela desordem da informação". No caso específico da mídia jornalística, recomendam a produção de matérias "que ensinem o público a ser crítico em relação ao conteúdo que consome". Conforme relatado no Observatório da Imprensa¹⁵⁶, Wardle (2017) se disse favorável a que as novelas brasileiras incluíssem conteúdo de AMI em seus enredos:

Existem poucos países no mundo com o nível de audiência que o Brasil tem em termos das telenovelas. E nós sabemos que as novelas são um tema incrível para o ensino de tópicos. Na África, com as telenovelas as pessoas aprenderam sobre temas como técnicas agrícolas e práticas sexuais saudáveis. Acredito que é preciso haver campanhas de educação midiática contadas numa narrativa que possa ter um personagem jornalista ou um professor do ensino básico, alguém que fale dessas questões para uma enorme audiência.

Na etapa final de nossa investigação, ao longo do mês de outubro de 2025, realizamos uma série de buscas na internet com a finalidade de localizar recursos e iniciativas de AMI disponíveis e adequadas ao nosso público-alvo. Em termos metodológicos, em face de sua abrangência e popularidade, utilizamos a ferramenta Google, assim como a ferramenta Google Alertas para buscar e monitorar as palavras-chave "educação midiática" +

¹⁵⁶ Ver "Claire Wardle: combater a desinformação é como varrer as ruas", in Observatório da Imprensa. 14 nov. 2017. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/credibilidade/claire-wardle-combater-desinformacao-e-como-varrer-as-ruas/>

"telenovelas" no formato da radiodifusão. No período pesquisado, tanto o buscador quanto a ferramenta Alertas do Google não retornaram nenhum resultado sobre conteúdo nos moldes referidos por Wardle. Já uma busca com as palavras-chave "telenovelas" e "fake news" produziu uma referência à "Travessia", uma trama de autoria de Gloria Perez exibida entre 2022 e 2023 pela Rede Globo. A telenovela acompanha Brisa, personagem interpretada pela atriz Lucy Alves, uma jovem maranhense injustamente acusada de sequestro devido a um vídeo desinformativo que viralizou numa rede social. Inspirada em um caso real de linchamento¹⁵⁷ ocorrido em 2014 na cidade do Guarujá, no litoral paulista, a telenovela segue no catálogo da plataforma de streaming Globoplay¹⁵⁸, do grupo Globo, acessível para usuários cadastrados. Já no formato áudio, numa pesquisa também realizada com a ferramenta Google localizou o "Podcast da Educomunicação"¹⁵⁹ oferecido desde 2023 pela Prefeitura de São Paulo e focado em temas socioambientais, produção radiofônica e audiovisual na plataforma Spotify.

Seguindo uma tendência mercadológica internacional inicialmente deflagrada na China e nos Estados Unidos, o desenvolvimento e crescente produção das chamadas "novelas verticais", ou micro novelas, por empresas brasileiras como o Grupo Globo e Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), indicava, em 2025, desafios crescentes para a inserção de projetos no formato Edutretenimento para AMI, entre outras iniciativas de caráter cívico. Produzidas para serem assistidas no celular, segundo a Folha de S. Paulo, esse tipo de folhetim tem dezenas capítulos – e não centenas, como as novelas tradicionais – com dois minutos de duração cada, criados para serem assistidos assincronamente: "nos microdramas, quem piscou perdeu. É uma lógica oposta à das novelas tradicionais, que repetem acontecimentos e diálogos. Mas na tela do celular é preciso disputar a atenção do público com muitas distrações¹⁶⁰.

¹⁵⁷ Vítima de linchamento, Fabiane Maria de Jesus foi espancada até a morte por moradores do Guarujá depois de um boato em uma rede social apontá-la, falsamente, como sequestradora de crianças. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>

¹⁵⁸ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/travessia/t/Yzcdp2gzxJ/>. A mesma plataforma disponibiliza oito vídeos# curtos de animação produzidos pelo projeto EducaMídia sobre temas como "O universo da informação", "Crer ou não crer", e "Postar, curtir e compartilhar". Já a plataforma YouTube, controlada pelo grupo Alphabet, que também controla o Google, oferece seis vídeos curtos predominantemente focados em AMI no ambiente escolar. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLNM2T4DNzmq7ENtpJOIg8c5sqLsW588xX>

¹⁵⁹ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/3aKEpSd1FS5cYKf81OyuVb>.

¹⁶⁰ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2025/10/como-as-novelas-verticais-de-capitulos-curtos-para-ver-no-celular-tomaram-o-mercado.shtml>

4.7 Organizações jornalísticas e financiamento via plataformas eletrônicas

Conforme relatado no capítulo 2, sites jornalísticos controlados pelas maiores empresas midiáticas brasileiras mantêm serviços de checagem, como Fato ou Fake, do Grupo Globo; UOL Confere e Estadão Verifica, focados na checagem de informações potencialmente incorretas publicadas em redes sociais, o chamado conteúdo gerado pelo usuário (UGC). A tais iniciativas somam-se dois projetos independentes centrados tanto em UGC quanto na checagem de afirmações emitidas por fontes oficiais: Agência Lupa e Aos Fatos. Ainda conforme relatado no capítulo 2, desde 2018 a Abraji mantém o projeto Comprova, focado somente na verificação de conteúdo UGC.

Já as plataformas tecnológicas, principalmente a Alphabet, através de sua divisão Google.org, financia o projeto EducaMídia, conforme já relatado ao longo deste capítulo. A empresa apoia também o Projeto Comprova, através de sua divisão Google News Initiative (GNI). O Comprova também é apoiado pela empresa Meta, controladora de redes sociais como Instagram e Facebook e do aplicativo de mensagens WhatsApp.

4.8 Método SIFT

Com larga experiência em AMI no Estados Unidos, a dupla formada pelo pesquisador Mike Caulfield, da Universidade de Washington, e Sam Wineburg, professor de educação da Universidade Stanford, publicou um manual (2023) sobre “como pensar direito, ser menos enganado e tomar melhores decisões sobre o que acreditar on-line¹⁶¹”. Destinada ao público em geral, a publicação detalha o chamado método SIFT, acrônimo em inglês para o verbo “peneirar”, que visa separar os fatos de conteúdos digitais falsos e enganosos. Desenvolvido originalmente por Caulfield, o método compreende as quatro etapas abaixo:

- *Pare.* Pergunte a si mesmo o que você realmente sabe sobre a afirmação e a fonte que a está compartilhando. Por enquanto, esqueça as questões acerca da verdade ou falsidade. Você realmente sabe o que está vendo? Tem certeza? Se achar [a afirmação] surpreendente ou perturbadora, por quê?
- *Investigue a fonte.* Faça uma verificação rápida para ver se a fonte é confiável para esse propósito. Em muitos casos, para afirmações simples, você pode parar por aqui se a fonte for boa.
- *Encontre outras coberturas.* Seja para uma reportagem ou uma afirmação de pesquisa, reserve um segundo para dar uma olhada mais de perto e ver o que outras

¹⁶¹ CAUFIELD, Mike; WINEBURG, Sam. Verified: How to Think Straight, Get Duped Less, and Make Better Decisions about What to Believe Online.

fontes dizem. Se a história ou afirmação não estiver sendo repercutida por outras fontes confiáveis, proceda com cautela.

- *Rastreie a afirmação, citação ou mídia até o contexto original.* Às vezes, a primeira fonte que você encontrou não é ótima, mas ela fornece um link para onde obteve a informação. Vá até a fonte original e avalie (a) se ela é confiável e (b) se ela realmente apoia a afirmação¹⁶² (Caulfield; Wineburg, 2023, p.13).

A propósito da segunda e terceira etapas do método, a partir de sua experiência em AMI, Caulfield e Wineburg (2023) criticam recursos educativos focados em análises exaustivas¹⁶³, incluindo a checagem minuciosa de um determinado website ou conteúdo factualmente suspeito. Ambos argumentam que além de ser uma tarefa demorada (e inviável diante da incessante torrente desinformativa digital) trata-se de uma tarefa que pode levar o aprendiz a uma “toca de coelho” (rabbit hole), metáfora emprestada do livro “Alice no País das Maravilhas”, de Lewis Carroll, para designar os percursos subterrâneos, como os protagonizados pela personagem Alice, caracterizados por situações perturbadoras, surreais e imersivas e, portanto, difíceis de se desvencilhar. Em lugar de passos que conduzam a uma “toca de coelho”, ao investigar a fonte desse tipo de conteúdo, os autores recomendam o que chamam de “leitura lateral,” técnica utilizada por checadores de fatos:

Em vez de passar minutos em um site que nunca viram, os checadores de fatos inserem o nome do indivíduo ou grupo [a ser verificado] em seus navegadores e abrem novas abas na parte superior da tela. Os checadores de fatos utilizam toda a internet para avaliar um site individual, uma estratégia que chamamos de leitura lateral. [...] A leitura lateral funciona por um motivo básico. A *web é uma web*, uma galáxia de fontes conectadas eletronicamente. E a maneira de entender um nó em uma rede tecida é verificar suas conexões com outros nós.

Pense assim: se você quisesse entender como as aranhas capturam suas presas, não olharia apenas para um único fio. Você gostaria de ver como o fio se conecta a outros fios que, juntos, formam um padrão geométrico elaborado. Uma estratégia semelhante é a chave para

¹⁶² • “*Stop*. Ask yourself what you really know about the claim and the source that's sharing it. For the moment, forget about questions of truth or falsehoods. Do you really know what you're looking at? Are you sure? If you find it surprising or upsetting, why?”

- *Investigate the source.* Do a quick check to see if the source is trustworthy for this purpose. In a lot of cases, for simple claims, you can stop here if the source is good.
- *Find other coverage.* Whether you are looking at a news report or a research claim, take a second to zoom out and see what other sources say. If the story or claim is not being picked up by other reputable sources, proceed cautiously.
- *Trace the claim, quote, or media to the original context.* Sometimes the first source you encountered isn't great, but it links to where it got the information. Go to that original source and judge (a) whether it's reputable, and (b) whether it actually supports the assertion”.

Tradução livre da autora.

¹⁶³ Caulfield e Wineburg criticam os chamados testes de autenticidade, como o conhecido pelo acrônimo CRAAP, teste que visa avaliar os fatores currency (valor), relevance (relevância), authority (autoridade), accuracy (precisão) e purpose (propósito). Segundo ambos, além de demorados, tais testes falham determinar a qualidade factual de determinado conteúdo.

o sucesso na internet. Você avalia um único site vendo o que o restante da web tem a dizer. Você usa a web para *ler* a web (Caulfield; Wineburg, 2023, p.87)¹⁶⁴.

Ambos alertam também para o que chamam de "compressão da credibilidade" (trust compression), que definem como a "minimização da diferença em qualidade ou confiabilidade" (Caulfield; Wineburg, 2023, p. 108-109) de fontes de informação reputáveis (mas que eventualmente venham a cometer erros). Os autores argumentam que esse tipo de compressão, ou nivelamento por baixo, estaria, por sua vez, ligado ao cinismo, uma reação de incredulidade não raro presente nas redes sociais em comentários como "ninguém é confiável" e frequente em campanhas desinformativas para tentar desqualificar fontes de expertise, como jornalistas e cientistas, em temas como aquecimento global e vacinas.

Especificamente, o terceiro passo do método SIFT refere-se a encontrar outras fontes para cotejar a informação a ser checada. Perguntas como "alguém mais publicou algo a respeito?" para afirmações que não tenham nenhum tipo de corroboração devem, segundo eles, acender uma luz amarela. Finalmente, a quarta etapa do método recomenda que se busque a fonte original, ou fonte primária, no jargão jornalístico, do conteúdo a ser verificado. Novamente, afirmações de teor bombástico que tenham sido feitas por fontes únicas merecem mais cautela quanto a sua credibilidade.

Ao considerar o teor e respostas de caráter emocional, Caulfield e Wineburg (2023, p. 195) recomendam que além de seguir o primeiro passo de seu método, em que o usuário digital faça uma pausa, que não culpe os próprios sentimentos: em vez disso, recomendam que os sentimentos sejam considerados parceiros do lado racional. Eles argumentam que as emoções de alguém estão estreitamente ligados às suas possíveis reações no ciberespaço e que ao se combinar os pontos fortes das emoções com a análise, é possível tomar decisões melhores sobre acreditar ou não em determinada informação:

Devido às muitas desvantagens do processamento emocional, é tentador pensar que você deve ignorar suas emoções ao buscar contexto. Mas o melhor caminho é

¹⁶⁴ "Instead of spending minutes on a site they've never seen, fact-checkers put the name of the individual or group in their browsers and open new tabs across the top of the screen. Fact-checkers draw on the entire internet to evaluate an individual site, a strategy we call *lateral reading*. [...] Lateral reading works for one basic reason. The *web is a web*, a galaxy of electronically connected sources. And the way that you understand a node in a webbed network is to probe its connections to other nodes. Think of it like this: If you wanted to understand how spiders catch their prey, you wouldn't just look at a single strand. You would want to see how the strand connects to other strands that, together, form an elaborate geometric pattern. A similar strategy is the key to success on the internet. You evaluate a single website by seeing what the rest of the web has to say. You use the web to *read* the web". Tradução livre da autora.

observar suas emoções e se perguntar o que elas podem lhe dizer e o que não podem. Defina o que é atraente para você e veja se essa sensação de apelo desaparece após mais contexto. Esteja atento aos momentos em que se sentir sobrecarregado e considere repensar sua estratégia. Ao se associar às suas emoções em vez de ignorá-las ou ser controlado por elas, você trilhará uma jornada mais rápida, precisa e, em última análise, mais humana pelo labirinto da web¹⁶⁵ (Caulfield; Wineburg, 2023, p. 208).

Graças à sua clareza, praticidade e acessibilidade, acreditamos que com as devidas testagens e adaptações, via DCU, à realidade de nosso público-alvo, acreditamos que o método SIFT possa ser de grande valia para iniciativas relacionadas à AMI. Note-se, ainda, que em grande medida, a questão emocional está ligada à capacidade de persuasão do conteúdo em questão, muitas vezes relacionado a aspectos socioemocionais e identitários, conforme relatado no capítulo 3. Aliás, a contribuição emocional ao processo de verificação factual relacionada ao conceito de ASE proposto pela UNESCO, como relatado neste capítulo. Nele buscamos localizar recursos e iniciativas de AMI, sejam disponíveis ou potencialmente adequáveis à população extraescolar brasileira, especialmente aqueles focados no enfrentamento de conteúdos digitais desinformativos de forte apelo emocional, objetivo específico desta tese de doutorado. Localizamos uma oferta substantiva de recursos e iniciativas de AMI promovidos por vários atores, ainda que não tenhamos localizado conteúdos e projetos realizados no Brasil especificamente focados em respostas e atitudes capazes de lidar com os gatilhos emocionais, como medo e raiva, associados à desinformação no ciberespaço. São temas, entre outros, a serem aprofundados a seguir.

¹⁶⁵ “Because of the many downsides of emotional processing, it's tempting to think you should ignore your emotions when seeking context. But the better route is to *notice* your emotions and ask yourself what they can tell you and what they can't. Define what is compelling to you and see if that sense of compellingness disappears after more context. Be attentive to when you feel overwhelmed, and consider rethinking your strategy. By partnering with your emotions rather than ignoring them, or being controlled by them, you'll charter a faster, more accurate, and ultimately more humane journey through the maze of the web”. Tradução livre da autora.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Este capítulo visa apresentar uma análise crítica e reflexiva ao discutir os principais resultados da pesquisa proposta: examinar os desafios associados ao fenômeno da desordem da informação junto a adultos e idosos brasileiros no ambiente extraescolar e conectados ao ciberespaço, sobretudo aqueles de baixa renda e baixo nível educacional, nossa situação-problema. A pesquisa também se propõe a oferecer recomendações de AMI alinhadas à Agenda 2030 da ONU e respectivos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para esta parcela da população. A seleção deste tópico justifica-se pela urgente necessidade da compreensão e enfrentamento da produção e disseminação de conteúdos digitais factualmente problemáticos, especialmente aqueles de forte apelo emocional relacionados à raiva e ao medo, um dos objetivos específicos desta investigação. Assim como os demais capítulos, este emprega uma abordagem metodológica de natureza sobretudo qualitativa, refletindo sobre os resultados obtidos via revisão bibliográfica e descobertas realizadas através de entrevistas com seis especialistas.

Destacamos, abaixo, os principais achados de nossa pesquisa:

1. Tanto a Agenda 2030 da ONU quanto os recursos pedagógicos da UNESCO oferecem, respectivamente, metas e uma moldura teórica adequadas para iniciativas relacionadas à AMI focadas na população extraescolar de adultos e idosos brasileiros;
2. Conjugadas à histórica desigualdade socioeconômica, déficits no alfabetismo funcional de grande parte da população agravam as vulnerabilidades – incluindo as que dizem respeito aos gatilhos emocionais de raiva e medo – de nosso público-alvo diante do fenômeno da desordem da informação,
3. Aliados à arquitetura algorítmica das plataformas tecnológicas, fatores de ordem emocional e identitária também agravam as vulnerabilidades de nosso público-alvo diante do fenômeno da desordem da informação;
4. Apesar da UNESCO oferecer recursos pedagógicos valiosos para iniciativas de AMI voltadas ao nosso público-alvo, uma parcela importante deles não está disponível em português;
5. Políticas públicas voltadas à AMI devem necessariamente ser apartidárias e multissetoriais.

Também salientamos nesta seção as limitações deste trabalho, notadamente a ausência da descrição sociodemográfica em nível granular da população extraescolar de adultos e idosos brasileiros conectados, assim como a de uma sondagem empírica junto a este grupo. A compreensão do tema proposto demanda novos estudos capazes de traçar um panorama de ordem quali-quantitativa para fundamentar políticas efetivas de AMI destinadas a esta parcela considerável da população. Vale assinalar que, ainda que nosso trabalho mencione os sentimentos de raiva e medo como poderosos gatilhos emocionais a serviço da desinformação, este tópico demanda aprofundamento via pesquisas no campo da psicologia e psiquiatria. Acreditamos que nossa contribuição seja um passo introdutório para a mitigação do problema.

Os cinco ODS (3, 4, 9, 10 e 16) que balizam este trabalho foram selecionados por serem fundamentais ao pleno exercício da cidadania e, conseqüentemente, para a vitalidade do regime democrático no tocante à informação e comunicação nesta segunda década do século XXI, época marcada por um avanço tecnológico vertiginoso e socialmente disruptivo no campo das TIC, especificamente em tecnologias associadas à inteligência artificial. Os cinco ODS se referem, respectivamente, à garantia e promoção do bem-estar para todos; educação inclusiva e equitativa ao longo da vida; construção de infraestruturas resilientes e promoção da industrialização inclusiva e sustentável (inclusive no acesso à internet); redução das desigualdades e promoção de sociedades pacíficas. Conforme notamos na seção introdutória, o alcance das metas da Agenda 2030 está em perigo. Ainda que este tema esteja além do escopo deste trabalho, vale assinalar que o não cumprimento dos ODS – estabelecidos pelos próprios estados-membros das Nações Unidas – agrava os riscos de instabilidade socioeconômica e de graves danos ambientais. Diante dessa previsão assustadora, argumentamos que seu cumprimento é imprescindível ao bem-estar atual e ao futuro da espécie humana.

Em termos de fundamentação teórica, em grande medida esta tese apoiou-se em recursos da UNESCO, a agência da ONU responsável pelos temas da ciência, educação e cultura, nossa fonte principal para conceitos, diretrizes e recursos pedagógicos de AMI, como o manual “Alfabetização Midiática e Informacional - Diretrizes para a Formulação de Políticas e Estratégias” (UNESCO, 2016). Como já destacado, corroboramos o preceito para a integração de iniciativas de educação midiática e informacional nas modalidades da educação formal (institucionalizada), educação não formal (adição, alternativa e/ou complemento à educação formal) e da aprendizagem informal (não institucionalizada), categorias definidas segundo o

glossário curricular da organização (UNESCO, 2013).

Como já observado, por não se tratar de uma modalidade educacional estruturada, a aprendizagem informal oferece uma gama de oportunidades para a população extraescolar em ambientes da vida cotidiana propícios à aquisição de saberes relacionados à internet, informação e comunicação digital: lares, locais de trabalho e espaços comunitários. A exemplo das três modalidades de educação, registramos que a UNESCO elenca, ao lado de atores governamentais (como ministérios da educação, professores e bibliotecas públicas), atores não-governamentais (como cidadãos e organizações comunitárias) para iniciativas relacionadas à AMI. Sobre esta amarração conceitual ora ressaltamos uma noção próxima do tipo informal de educação que dialoga estreitamente com o conhecimento fundamental ao uso cidadão das TIC: o de “aprendizagem ao longo da vida e para todos”, que integra, por sua vez, o ODS 4 sobre educação inclusiva, equitativa e de qualidade.

Julgamos acertada a visão da UNESCO (2016), para quem a AMI não pode ser definida como uma definição rígida, sendo um ecossistema dotado de catorze áreas essenciais relatadas em nosso trabalho, entre as quais salientamos aqui as mais próximas tanto de oportunidades educacionais para a população extraescolar quanto as relacionadas aos riscos trazidos por informações factualmente problemáticas: alfabetização no acesso a notícias; no uso de bibliotecas (espaço prioritário para esforços de AMI, sendo um tópico recorrente em nosso trabalho); no uso de redes sociais; liberdade de expressão e alfabetização informacional; alfabetização no uso de jogos e alfabetização publicitária. No que se refere a abordagens pedagógicas, frisamos as que mais parecem se adequar ao segmento pesquisado: abordagem por questionamento; abordagem baseada em problemas (ABP); aprendizagem colaborativa; estudo de caso e produção de conteúdo.

Ao considerar as necessidades de informação e contínua atualização de indivíduos fora do ambiente escolar sobre as tendências e direções da mídia e de tecnologias emergentes, a organização lista competências relevantes para professores de AMI. Delas destacamos aqui as que julgamos prioritárias ao nosso público-alvo: compreensão do papel da mídia e da informação para a democracia, o acesso da informação com efetividade e eficiência e a avaliação crítica da informação e de suas fontes. Entre os ganhos advindos da AMI para todos os públicos, a UNESCO aponta a maior participação dos cidadãos na sociedade; benefícios para governos na economia, governança, saúde e educação; e melhor qualidade de mídias e

provedores de informação. De forma reversa, é de se argumentar, novamente, que a ausência ou ineficácia dessas iniciativas impõem riscos como o colapso de regimes democráticos e do meio ambiente. Julgamos igualmente relevante a consolidação dos princípios norteadores da AMI para a UNESCO, que os considera "leis", como a comunicação enquanto um direito de todos, o reconhecimento de que a informação não é neutra e de que a AMI é uma atividade contínua, a ser exercida ao longo da vida, tanto dentro quanto fora de espaços escolares.

Se os ODS já relacionados e as diretrizes para AMI da UNESCO delinearam a agenda social a ser perseguida em busca de soluções para o problema investigado, o pano de fundo de nossa investigação foi traçado pelo esforço de caracterização da população de adultos e idosos brasileiros conectados, assim como por aspectos socioeconômicos e de ordem cognitiva deste grupo. Recorremos inicialmente à pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2025), que confirmou a tendência de penetração contínua da internet no país, tendo indicado que 86% da população acessou a internet nos três meses que antecederam o levantamento, das quais 65% se conectavam pelo telefone celular. A TIC Domicílios revelou um alto nível de conectividade, de 73%, entre os lares das classes D/E, mas inferior aos segmentos de maior poder aquisitivo da população. Coube-nos então buscar estimativas sobre o segmento pesquisado de adultos e idosos conectados, mas fora do ambiente escolar. Para tanto, utilizamos conceitos da UNESCO e do IBGE, além de dados estatísticos fornecidos pelo instituto e órgãos governamentais como o Ministério da Educação. A sobreposição dos dados mais recentes disponíveis, como o Censo Escolar (MEC, Inep, 2023), nos permitiu estimar a população extraescolar (incluindo crianças, segmento além do nosso público-alvo) como um grupo de 156 milhões de brasileiros, correspondendo a 53,5% da população brasileira naquele ano.

Conforme observamos, para que nossa estimativa fosse mais exata seria preciso desagregar o número de adultos e idosos, crianças e jovens conectados e fora do ambiente escolar. Entretanto, até a conclusão deste trabalho não haviam novos dados oficiais disponíveis. Cabe ainda reforçar que também seria necessário sobrepor dados relativos à conexão à internet (pesquisa TIC Domicílios) com os do Censo Escolar. Uma terceira ressalva importante se refere à necessidade da caracterização mais precisa do grupo extraescolar, marcado por grande heterogeneidade socioeconômica, inclusive em termos de grau de instrução, além de etária e geográfica. Por exemplo: o montante estimado através do censo escolar em pouco mais da metade da população inclui no mesmo grupo, além de indivíduos de baixa renda e baixo nível

de escolaridade (foco de nosso trabalho), aqueles formados (inclusive pessoas de alta renda que concluíram o ensino superior). Por isso, alegamos que para serem efetivas, recomendações relacionadas à AMI devem considerar esses fatores, o que exigiria novos estudos sociodemográficos, além do escopo do nosso trabalho.

Focados em aspectos cognitivos da população brasileira, duas pesquisas de natureza quali-quantitativa nos permitiram obter maior nitidez para os contornos do problema investigado: o Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf) (Ação Educativa, Instituto Paulo Montenegro, 2001-2025) e Retratos da Leitura (IPL, 2024). O Inaf revelou um quadro alarmante sobre as habilidades cognitivas dos brasileiros entre 15 e 64 anos de idade. Em 2024, último ano da série histórica, o levantamento indicou que somente 10% dos indivíduos pesquisados foram considerados proficientes nas habilidades de leitura, interpretação de textos e cálculos matemáticos elementares. Enquanto 7% dos brasileiros eram analfabetos funcionais, 22% tinham habilidades rudimentares, 36% habilidades elementares e 25% habilidades intermediárias. De sua parte, a sexta edição da Retratos da Leitura apontou que entre 2020 e 2024 houve uma redução de 6,7 milhões de leitores de livros no país. Entre os entrevistados, 53% não haviam lido nenhuma parte de um livro – impresso ou digital – nos três meses anteriores à pesquisa, que também registrou o menor número de livros inteiros lidos em sua série histórica. Combinados, ambos estudos sugerem que a maioria da população brasileira, sejam pessoas matriculadas na escola ou fora dela, apresenta sérias dificuldades em habilidades cognitivas elementares, não tendo tampouco o hábito de ler, sendo, portanto, altamente vulneráveis à desinformação digital, tema do segundo capítulo do nosso trabalho.

Nele buscamos descrever, de modo detalhado, o fenômeno da desordem da informação, seu cenário, agentes, processos e implicações negativas para o debate público e o regime democrático e, logo, para o pleno exercício da cidadania. Nossa fonte principal da primeira parte do segundo capítulo foi o relatório “Information Disorder” (Council of Europe, 2017) de Wardle e Derakhshan, que descreve o processo da produção e espalhamento massivo de conteúdos factualmente problemáticos no ambiente digital, oferecendo uma moldura conceitual e recomendações para seu enfrentamento. Antes da apresentação e detalhamento conceitual no relatório, registramos sua crítica ao termo “notícias falsas,” uma tradução literal da expressão inglesa “fake news”, um termo impreciso e inadequado, não raro utilizado por políticos para atacar o trabalho de cientistas e jornalistas, sobretudo após a publicação de informações

factualmente verdadeiras mas percebidas como negativas aos interesses de tais indivíduos.

Do ponto de vista da intencionalidade de produtores de conteúdos relacionados à desordem da informação, relatamos que os autores destacam três modalidades: conteúdos falsos, mas desprovidos da intenção de causar dano são chamados de “informação incorreta” (misinformation), estando presentes, por exemplo, em parte das mensagens que visam desqualificar medidas sanitárias, como a vacinação. Já os conteúdos falsos e com intenção maliciosa são chamados de “desinformação”. Finalmente, os conteúdos verídicos de natureza deliberadamente maliciosa, como discurso de ódio, são chamados de “mal-informação”. Vale ainda aqui reiterar que os autores indicam que a intenção de se produzir e/ou espalhar conteúdos sabidamente falsos e maliciosos dos tipos desinformação e mal-informação estaria associada a ganhos políticos, e/ou financeiros, sociais e psicológicos. No tocante à intencionalidade de conteúdos problemáticos, mesmo que o objetivo dos produtores e disseminadores de informações incorretas não seja enganar, eventos como a pandemia de Covid-19 e aspectos do discurso público (como campanhas anti-vacinas e de negacionismo sobre a mudança climática) atestam que seu impacto negativo é inegável.

Segundo o relatório (2017), os conteúdos problemáticos mais populares são justamente os que atingem, engajam e manipulam as emoções dos usuários, especialmente os de raiva, medo e superioridade, enquanto as mensagens problemáticas com maior propensão a viralizar são justamente as que combinam as seguintes características: provocam uma resposta emocional, têm forte componente visual, têm forte narrativa e são muito repetidas – fatores, aliás, examinados no terceiro capítulo de nossa pesquisa. Registre-se a propósito, que foram justamente as observações de Wardle e Derakhshan que nos compeliram a eleger os gatilhos emocionais negativos como um objetivo específico em nossas propostas de AMI para a população extraescolar brasileira.

Uma informação contextual nos parece necessária: ao final de 2025, época da finalização desta tese, graças ao avanço contínuo de ferramentas da chamada inteligência artificial generativa, a massiva criação e difusão de conteúdos factualmente falsos e não raro emocionais, nos formatos de texto, áudio e vídeo agrava seriamente o já temerário quadro de desordem informacional, ameaçando a capacidade de indivíduos discernirem entre informações falsas e verdadeiras, o que representa, por sua vez uma séria ameaça à confiança em instituições como governos, na ciência e no jornalismo (Harari, 2024). Como um complicador

adicional, Freitas, Uğuralp I. e Uğuralp A. (2025) descrevem táticas de manipulação emocional por parte de aplicativos de IA, como Replika, Chai e Character.ai, projetados para "fazer companhia" a seus usuários.

Registramos também que além de antever novos problemas relacionados ao avanço da IA e de responsabilizar organizações midiáticas – inclusive jornalísticas – que amplificam, intencionalmente ou não, conteúdos associados à desordem da informação, Wardle e Derakhshan (2017) concluem seu trabalho com 34 recomendações transversais para o enfrentamento do problema, endereçando-as a um conjunto de partes interessadas: plataformas tecnológicas, governos (especialmente ministérios da educação), organizações midiáticas (inclusive jornalísticas), sociedade civil e organismos de financiamento. O segundo capítulo desta tese também teve como objetivo a descrição, em linhas gerais, das propostas de mitigação do problema pela UNESCO. Em termos temáticos e em alinhamento com a organização, as recomendações de Wardle e Derakhshan miram três frentes de ação: educação midiática (AMI), checagem e verificação de fatos e valorização da credibilidade jornalística.

Entretanto, em contraste com Wardle e Derakhshan (2017) e com a UNESCO (2019), como já relatado, Bakir e McStay (2022) questionam a efetividade desse tripé para o enfrentamento do que chamam de “economia da emoção”, problema associado à desordem informacional e abordado no capítulo 3 de nossa tese. Bakir e McStay também criticam outras áreas para possíveis soluções, como o mercado anunciante e medidas governamentais coercitivas e não-coercitivas. Resumimos a seguir sua crítica ao tripé:

- **Restauração da credibilidade jornalística:** Não haveria evidências empíricas sobre a capacidade de se restaurar a perda da credibilidade, associada, por sua vez, a “processos políticos e comerciais de longa data de manipulação e mercantilização”, causas-raiz para a perda de confiança no jornalismo;
- **Checagem de fatos:** Uma atividade cara e de eficácia questionável: “aqueles que mais precisam ver a verificação de fatos não o fazem”;
- **AMI:** Apesar de países desenvolvidos como a Finlândia apresentarem resultados animadores sobre educação midiática e informacional, países maiores e em desenvolvimento, como a Índia, têm obtido efeitos educacionais de curto prazo no discernimento entre manchetes noticiosas e aquelas desinformativas, mesmo entre pessoas com alto nível de escolaridade. Bakir e McStay (2022)

reconhecem que, de forma geral, poderia ser frutífero treinar as pessoas para analisar o conteúdo em xeque ou a fazer uma pausa antes de reagir prontamente a um estímulo de ordem emocional.

Para eles, a “solução definitiva” ao lidar com a arquitetura algorítmica que investe na viralização de informações emocionalmente carregadas e falsas seriam medidas regulatórias que impedissem empresas tecnológicas e produtores de conteúdo de lucrar através do engajamento dos usuários, além da não utilização de algoritmos capazes de viralizar conteúdos fortemente emocionais e enganosos.

Diante do exposto, observamos, de início, que entre nossos entrevistados, Gabriela Solgon, professora de Língua Portuguesa com experiência em Educação de Jovens e Adultos, também registrou a desconfiança deste segmento na "mídia oficial". Como já indicado, o relatório “Digital News Report” (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024), revelou que apenas 40% dos entrevistados para a pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos em 47 países, incluindo o Brasil, acreditavam nas notícias na maioria das vezes. De modo específico, segundo a pesquisa do Reuters Institute, os entrevistados expressaram maior confiança em publicações consideradas transparentes e abertas, que mantivessem altos padrões jornalísticos, representassem as pessoas com justiça e demonstrassem ausência de viés. Além disso, a erosão da confiança na imprensa integra um panorama abrangente, de perda de credibilidade em instituições como governos e empresas (Edelman, 2025).

Argumentamos aqui que medidas regulatórias, como novas leis que aumentem a transparência das plataformas tecnológicas e coíbam ferramentas e recursos digitais manipuladores, impõem-se com urgência tanto do ponto de vista do bem-estar individual quanto de saúde pública e da sobrevivência dos regimes democráticos. Acrescente-se que por lidarem com o discurso público, novos regramentos devem levar em conta a liberdade de expressão, um direito humano e individual. Reconheça-se ainda que nas democracias, tanto o debate sobre temas cívicos, tais como propostas para novos marcos regulatórios sobre as TIC, como o próprio jogo de forças do processo legislativo, pressupõem cidadãos educados e informados. No caso de iniciativas de educação midiática e informacional, as referidas limitações apontadas por Bakir e McStay sobre seu efeito de curto prazo devem ser consideradas de perto na elaboração de iniciativas e conteúdos focados em todo o conjunto da população e ao longo de toda a vida, como propõe a UNESCO.

Quanto à checagem de fatos, trata-se, na verdade, de uma atividade financeiramente dispendiosa e de alcance limitado (como já observado). Também como relatado em nossa tese, nos campos da psicologia social e neurociência, uma pesquisa de Van Baar e FeldmanHall (2022) indicou que a checagem de fatos não apenas falha junto a indivíduos já polarizados, chegando a ter o efeito contrário, agravando a polarização. Contudo, tais evidências não invalidam o imperativo de se buscar a verdade factual (Arendt, 1968). Acrescente-se, aliás, que a checagem e verificação de fatos integram o fazer jornalístico (Mantzarlis, 2018). Por fim, sobre iniciativas legítimas que visem restaurar a credibilidade jornalística, é primordial que não sejam e tampouco sejam percebidas como campanhas vazias de marketing, mas focadas no aumento da transparência sobre protocolos e práticas editoriais e na responsabilização (accountability) de jornalistas e veículos de imprensa. A exemplo do debate político, o necessário aumento do escrutínio público sobre o trabalho da imprensa pressupõe cidadãos educados sobre mídia e informação. A nosso ver, nossa argumentação esclarece a necessidade do tripé AMI, checagem de fatos e iniciativas em prol da credibilidade jornalística no enfrentamento de informações falsas, enganosas e emocionalmente manipuladoras.

Dada sua centralidade no nosso trabalho, registramos a seguir as recomendações do relatório de Wardle e Derakhshan (2017) diretamente relacionadas a AMI, entre as quais as primeiras são dirigidas a organizações midiáticas, como as jornalísticas: pela produção de conteúdo sobre o consumo crítico da informação e emprego da transparência metodológica junto ao público na verificação e desmascaramento de informações falsas, além da publicação de matérias sobre a escala e a ameaça representada pela desordem da informação. À sociedade civil, por sua vez, é endereçada uma recomendação para que se engaje em iniciativas educativas sobre a ameaça da desordem informacional, especificamente sobre técnicas de persuasão usadas por quem dissemina desinformação e “mal-informação”, bem como sobre os riscos associados para a sociedade. Já os ministérios da Educação são conclamados a criar currículos padronizados de AMI e trabalhar conjuntamente com bibliotecas. Acrescente-se que, segundo os autores, as bibliotecas seguiriam contando com a confiança do público, sendo relevantes para o ensino de habilidades digitais para quem não está vinculado ao ambiente escolar formal. Em síntese, nossa pesquisa visou compreender o problema e relatar propostas focadas em nosso público-alvo, mas capazes de beneficiar todo o conjunto da população.

A fim de compreender as relações e impactos de aspectos cognitivos e socioemocionais

associados à desordem informacional, nosso passo seguinte foi abordá-los no terceiro capítulo de nosso trabalho. De início, assinalamos que em vez de serem estanques ou de se manifestarem de forma autônoma, os problemas gerados pelo fenômeno estão imersos no contexto social via relações interpessoais, moldadas, por sua vez, por traços cognitivos e socioemocionais projetados no ciberespaço. De natureza distinta mas não apartados, tais aspectos são na verdade imbricados, atuando de forma coordenada para formar e cristalizar percepções e atitudes individuais e de grupos. Acrescentamos uma observação inicial de cunho metodológico: para captarmos os aspectos cognitivos e socioemocionais sob o prisma da polarização em torno de identidades afins e o consequente embate de grupos antagônicos no ambiente digital, em alinhamento à literatura, recorreremos a chaves teóricas fornecidas por especialistas de campos transversais como os da psicologia cognitiva, neurociência, sociologia e comunicação.

Conforme relatamos, Kahneman (2011), especialista em psicologia cognitiva da tomada de decisão, identifica duas formas de pensar – rápido e devagar – no comando de nossas atitudes e escolhas, lançando mão de dois personagens fictícios para efeito explanatório: o Sistema 1 para a forma de pensar rápido e o Sistema 2 para o pensamento devagar. Fruto do processo evolutivo e acionados por seres humanos para simplificar e encurtar processos cognitivos em condições de incerteza, as chamadas heurísticas (atalhos) e vieses mentais (predisposições) dizem respeito à forma de pensar rapidamente (Tversky; Kahneman, 1974), sendo geralmente eficazes, mas podendo produzir erros sistemáticos e previsíveis. Vale notar que atalhos mentais e predisposições são aspectos cognitivos frequentemente encontrados em conteúdos desinformativos nas redes sociais, resultantes de julgamentos incompletos e/ou apressados, não raro influenciados por fatores emocionais. Conforme registramos, ao contrário do que julgava no início de sua carreira, Kahneman reconheceu posteriormente que “a emoção agora ocupa um lugar muito maior na nossa compreensão dos julgamentos e escolhas intuitivas do que no passado”.

Como observado, ainda que não faça alusão às redes sociais, recurso incipiente no início da última década, o autor trata de questões hoje críticas, como as decisões apressadas tomadas em ambientes de certeza, propondo o conceito WYSIATI, (what you see is all there is), ou “o que você vê é tudo o que existe,” um atributo do Sistema 1. Focado na evidência disponível mesmo que limitada, em grande medida, WYSIATI é responsável pela produção de

respostas instantâneas, inclusive factualmente incorretas. Argumentamos, inclusive, que reações emocionalmente carregadas nessas condições de incerteza estariam por trás das afirmações, comentários e até mesmo dos frequentes insultos e “cancelamentos” (Yoneshigue, 2024) nos serviços de mídia social. As incorreções do Sistema 1 suscitam a questão de por que a espécie humana não recorreria à forma de pensar lentamente do Sistema 2 com maior assiduidade. A resposta de Kahneman é que pensar devagar requer esforço e gasto considerável de energia, algo insustentável para a espécie humana. Para ele, se ambas as formas de pensar fossem personagens de um filme, o Sistema 2 seria o coadjuvante, mesmo acreditando ser o verdadeiro herói. Apesar de seus erros, o Sistema 1 seria o protagonista da trama.

Além de recorrermos a Almossawi (2017) para elencar os erros mais comuns de raciocínio lógico presentes no discurso público, inclusive nas redes sociais, empregamos as conclusões da coletânea de Greifeneder *et. al* (Taylor, Francis, 2021) para entender as razões pelas quais as pessoas aceitariam e compartilhariam informações deliberadamente falsas. Schwarz e Jalber (2021) nos ofereceram respostas esclarecedoras ao formularem os chamados cinco "critérios de verdade", ou seja, princípios utilizados por nós, a maioria intuitivamente, para decidir sobre a veracidade de algo: compatibilidade, coerência, credibilidade, consenso e evidência. Segundo alegam, a facilidade, ou inversamente, a dificuldade com que determinada informação é processada mentalmente influenciam sua credibilidade: conteúdos que tendem a ser aceitos como verdadeiros seriam justamente os de processamento mental mais fácil, ou fluente – o que para Kahneman seriam conteúdos afins ao pensamento rápido do Sistema 1.

Conforme já relatamos, a partir dos cinco critérios de verdade, Schwarz e Jalbert (2021) descrevem as variáveis de uma estratégia comunicacional frequentemente utilizada para ampliar a credibilidade de conteúdos factualmente verdadeiros, ou não. Elas atuam de forma articulada para aumentar a fluência, ou seja, a facilidade do processamento cognitivo, característica central do conteúdo postado em redes sociais. As variáveis incluem a repetição exaustiva de uma mensagem, cores contrastantes para destacar as letras contra o fundo da mesma mensagem, o grau de legibilidade da tipografia utilizada e a publicação simultânea de um mesmo conteúdo em diferentes veículos. À semelhança de um antídoto informacional, acreditamos que, com ressalvas, estes recursos devem ser considerados para a AMI, inclusive para a população extraescolar. Mas este repertório, que inclui o emprego de rimas, o uso de nomes próprios fáceis de serem pronunciados e a publicação de fotos ilustrativas, também é

usado por produtores de desinformação. Logo, sua utilização em AMI, incluindo os resultados de checagem e verificação de fatos deve ser criteriosa, para que estas mensagens não sejam confundidas com conteúdos problemáticos.

Julgamos relevante destacar novamente a advertência final de Schwarz e Jalbert (2021), amparados na literatura: tentativas para a correção de mensagens factualmente incorretas que desconsiderem os elementos da fluência cognitiva, focando apenas na informação a ser propagada, tendem a fracassar. Também sublinhamos aqui sua observação de que a melhor proteção contra uma informação incorreta é o ceticismo inicial do indivíduo ao se deparar com ela, uma vez que advertências posteriores teriam pouca influência na formação do juízo, sobretudo em um ambiente politicamente polarizado como o atual. Alegamos a esse respeito ser preciso considerar que a estimulação do ceticismo em iniciativas de AMI deve levar em conta o risco de gerar uma predisposição ao cinismo, comportamento presente no discurso público em alegações como "tudo é mentira" ou "não dá pra confiar em ninguém".

Examinamos em seguida o conceito de "economia da emoção" proposto por Bakir e McStay (2022) e definido como "a otimização de conteúdo emocional baseado em dados para ganho financeiro" e elaborado a partir da ideia de "economia da atenção" (Warzel, 2021). Como já mencionado, Bakir e McStay (2022) distinguem sete danos causados pela economia da emoção: cidadãos mal informados; formação de "câmaras de eco" digitais (Pariser, 2011); aumento da polarização; espalhamento da desinformação de teor desinformativo; danos ao sistema democrático causados por recursos tecnológicos como perfilamento emocional e microsegmentação e o aumento da desconfiança em processos e instituições cívicas. Como já discutimos, os autores enumeram sete áreas para possíveis soluções para os prejuízos causados pela economia da emoção, favorecendo medidas de caráter regulatório.

Após pesquisarmos os traços cognitivos e socioemocionais em nível individual, assim como os prejuízos causados pela economia da emoção, nossa investigação nos conduziu ao estudo dos fenômenos da polarização e das chamadas guerras culturais, ambos estreitamente ligados à desordem da informação e articulados ao plano social. Esta etapa começou com o exame da formação de crenças e identidades, recuperando, de forma resumida através de Alessiato (2022), o conceito kantiano de visão de mundo (*weltanschauung*). Notamos que a partir de Kant, Gray (2011) o enxerga como "uma coleção de atitudes, valores, histórias e expectativas sobre o mundo à nossa volta, que informam cada pensamento e ação nossa". De

forma complementar, Koltko-Rivera (2004), afirma que a visão de mundo seria “um conjunto de suposições sobre a realidade física e social que podem ter efeitos poderosos na cognição e no comportamento”, sendo ainda “a lente interpretativa que alguém usa para entender a realidade e sua existência dentro dela”. Ao sedimentar perspectivas, crenças, preferências e aversões, o conceito de visão de mundo reverbera socialmente na formação e embate de grupos sociais antagônicos: a polarização. Recorremos então a Zeine, Moretto e Ortellado (2021) para caracterizar a polarização, compreendida como a divisão da sociedade em polos políticos opostos e mutuamente hostis, tendo chegado às ruas no Brasil com a onda de protestos de junho de 2013. Como relatado, através de estudos empíricos, os autores identificam quatro dimensões da polarização no país: opiniões sobre temas políticos; identidades políticas; alinhamento das opiniões com identidades e polarização afetiva – a dimensão mais acirrada e definida como a animosidade política entre identidades políticas adversárias. Além de mencionarmos o consenso da literatura sobre o risco da escalada de hostilidades políticas entre grupos opostos para o regime democrático, pontuamos os dois fatores elencados como significativos na formação de pólos antagônicos: baixa escolaridade e faixa etária (indivíduos mais velhos tenderiam a ser mais polarizados). Ainda sobre a polarização, vale aqui destacar os achados de Iyengar *et. al* (2018) indicando que a polarização afetiva operaria via consolidação da identidade social, por sua vez intensificada por fatores como a exposição a conteúdos informativos hiper-partidários, não necessariamente na internet. Para eles, enquanto fator polarizante, a identificação partidária é adquirida na idade jovem e raramente muda ao longo do tempo, expressando-se fortemente em campanhas eleitorais. A partir de tais conclusões, argumentamos que à medida em que o discurso público, inclusive o eleitoral, migra para o ciberespaço, a internet (especialmente as redes sociais), tem-se tornado um espaço privilegiado para a difusão de conteúdo hiper-partidário, inclusive factualmente falso, claro fator da amplificação de hostilidades. Em função da cristalização da identificação partidária com o passar da idade, trata-se de um quadro inquietante para o segmento de idosos da população extraescolar.

Em estudo no campo da linguística, Lakoff (1996) propõe um modelo descritivo da identificação político-partidária, para ele determinada por metáforas conceituais inconscientes originárias do conceito de “nação enquanto família”. Vale destacar que, segundo o autor, enquanto no núcleo da visão de mundo conservadora estaria o modelo de “pai rigoroso”, no da

visão liberal (equivalente ao lado progressista, ou de esquerda, no cenário político brasileiro) estaria a noção de “pai protetor”. Em ambas visões, o modelo de Lakoff supõe características de intensidade radial em nível individual para valores, prioridades e agendas políticas. Se o modelo conservador valoriza a família nuclear e preceitos ligados à autoridade e tradição, o liberal privilegia traços como empatia, proteção e equidade. Assim, em termos de agenda política, os conservadores prezariam a livre iniciativa, a primazia da autoridade masculina e o chamado “estado mínimo.” Já os liberais defenderiam o meio-ambiente, o feminismo, benefícios sociais e a taxação dos mais ricos. Consideramos que a despeito de Lakoff referir-se à realidade dos Estados Unidos, seu modelo também espelha o cenário político brasileiro, onde a polarização tem alimentado disputas obstinadas entre os polos conservador e progressista sobre uma variada gama de questões, da mudança climática ao aborto, da integridade do processo eleitoral à eficácia das vacinas. Aqui, novamente, muitos dos argumentos do debate público que povoam as redes sociais são desinformativos.

Nome fundamental para o entendimento desse tipo de disputa e autor do termo “conflito cultural”, Hunter (1991) ressalta o caráter identitário e de busca da supremacia entre os lados antagônicos da disputa, demarcada por “diferentes sistemas de compreensão moral” frequentemente em torno de temas de cunho religioso, como aborto e homossexualismo, e alcançando até o debate e a formulação de políticas públicas. Note-se, a esse respeito, que a obra de Hunter não só já utiliza o termo polarização, dialogando também com a acepção kantiana de visão de mundo e com o modelo de identificação político-partidária de Lakoff. Observe-se ainda que em sua fase atual, nos Estados Unidos as guerras culturais têm-se agravado em função de dois temas altamente polarizados: direitos de pessoas transgênero e políticas de diversidade, equidade e inclusão (DEI).

Nosso exame sobre os aspectos cognitivos e socioemocionais da desinformação e suas implicações concluiu-se com a pesquisa de Van Baar e FeldmanHall (2022) nos campos da psicologia cognitiva e neurociência. Ambos propõem uma abordagem interdisciplinar para estudar a polarização, associando aspectos sociais – que chamam de “contextuais” (como a estrutura do ambiente social, abrangendo fatores comportamentais como a pressão social, expectativas dos outros, normas e hábitos) com um leque de técnicas das ciências comportamentais e cognitivas (como a codificação do movimento facial do indivíduo e sua postura corporal, medição da condução elétrica na pele e rastreamento ocular), além de exames

de neuroimagem, como o de ressonância magnética. Seu trabalho visa mapear não apenas onde, mas como um estímulo polarizador é codificado no cérebro. Van Baar e FeldmanHall argumentam que uma abordagem cognitiva-contextual aliada ao novo campo da psicologia política poderia esclarecer o processo mental pelo qual as pessoas se polarizam. Acreditamos, portanto, que o fenômeno da polarização e suas implicações de ordem emocional devam ser também entendidos como uma questão de saúde pública.

A fim de evitarmos a proposição de recomendações de AMI que tentassem "reinventar a roda", nossa investigação prosseguiu ao longo do capítulo 4 com a busca de recursos e iniciativas de educação midiática já disponíveis para a população extraescolar. Para tanto, além da pesquisa bibliográfica em curso, entrevistamos especialistas deste campo, a começar por dois profissionais atuantes na área para a UNESCO: Adeline Hulin, chefe da unidade de Alfabetização Midiática e Informacional e Competências Digitais da organização e Alexandre Le Voci Sayad, jornalista, educador de AMI e consultor da entidade no Brasil. Hulin nos indicou treze itens, sejam de autoria da organização ou em parceria com outras instituições. Como relatado, nossa revisão deste conteúdo indicou que apenas três deles – “Diretrizes operacionais: Construir Cidades de Alfabetização Midiática e Informacional da UNESCO”, “Criadores de Conteúdo Digital e Jornalistas: Como Ser uma Voz Confiável on-line” e “Alfabetização Midiática, Informacional e Diálogo intercultural” – estavam disponíveis em português. Dos demais dez itens, três oferecem de forma abrangente e transversal conteúdos de AMI relacionados à criação e espalhamento de informações factualmente falsas junto à população de adultos e idosos: “Media and information literate citizens: think critically, click wisely!” tanto na forma de um currículo como de um curso aberto on-line e massivo (MOOC) e “Online course for Adult Educators”, focado em AMI em espaços comunitários. Em resposta a uma segunda rodada de perguntas, Hulin afirmou não haver planos para a tradução destes itens para o português.

Engajado no esforço de integrar a AMI ao espaço urbano, Sayad enfatizou que a política da UNESCO para as cidades que educam para a mídia deve ser compreendida como “uma proposta comunitária”, ressaltando ainda que a educação midiática e informacional deve se fazer presente nas três referidas modalidades de educação formal, não formal e aprendizagem informal (integrando-se assim ao conceito da organização de aprendizagem ao longo da vida para todos). Em termos da realidade brasileira, a publicação “Diretrizes

operacionais: Construir Cidades de Alfabetização Midiática e Informacional da UNESCO” nos permitiu localizar iniciativas pontuais de AMI voltadas à população escolar das prefeituras de São Paulo e Santos, ambas parceiras da coalizão Aliança de Mídia e Informação (Media and Information Alliance) da organização.

Observe-se que entre os títulos sugeridos por Hulin, o já referido curso “Media and Information Literacy for Adult Educators” (UNESCO, 2023), endereçado a educadores de adultos e autodidatas (não traduzido para o português) indica a Aprendizagem Socioemocional (ASE) como abordagem pedagógica de AMI no enfrentamento do discurso de ódio. Segundo relatado, a ASE é um conceito amplo, com aplicação on-line e offline e de crescente centralidade para a UNESCO, oferecendo uma gama de habilidades necessárias à navegação segura e civilizada na Internet, incluindo, entre outras, a compreensão e expressão eficaz das emoções, empatia, compaixão e um senso inclusivo de identidade. Acreditamos, portanto, que a ASE seja um recurso precioso em AMI, incluindo a população extraescolar, no enfrentamento dos gatilhos emocionais negativos de raiva e medo, e por extensão, dos problemas gerados pela já referida economia da emoção.

Mas se por um lado a ASE desponta como uma abordagem madura para a aplicação em AMI no Brasil, a contraposição das competências de AMI almejadas pela UNESCO no currículo mencionado com o grave déficit de habilidades cognitivas revelado pelas também mencionadas pesquisas Inaf e Retratos da Leitura aponta uma conjuntura altamente desafiadora para quaisquer iniciativas educacionais para todo o conjunto da população brasileira. Diga-se que a primeira das competências almejadas pelo currículo supõe pré-requisitos relacionados à leitura, interpretação e análise textual: “reconhecer, determinar e articular a natureza, tipo, função e escopo do conteúdo; saber distinguir entre suas próprias necessidades e as necessidades, sistemas e motivos dos provedores de serviços de conteúdo” (UNESCO, 2023, p.32).

A propósito da realidade brasileira em iniciativas de AMI próximas à população extraescolar, Claudemir Edson Viana, professor da ECA/ USP e secretário-executivo da ABPEducom nos indicou o mapeamento realizado por Souza (2024) sobre organizações sociais e grupos coletivos (educação não formal e informal) que detectou 1.401 grupos atuantes em projetos comunitários de comunicação em 18 países latino-americanos, dos quais 449 no Brasil. Entre as iniciativas brasileiras, Viana destacou a organização Viração Educomunicação,

que mantém o portal noticioso Agência Jovem de Notícias, que descreve sua missão como “conectar, inspirar e engajar meninas, meninos e meninos na construção de uma sociedade justa, sustentável e plural”. Viana também resgatou a história do conceito de educomunicação, cunhado pelo argentino Mario Kaplún a partir da obra de Paulo Freire.

Ex-presidente e atual vice-presidente da FEBAB, a bibliotecária Adriana Ferrari nos afirmou desconhecer iniciativas estruturadas de AMI no âmbito das bibliotecas brasileiras. Para a UNESCO, bibliotecas são equipamentos primordiais para o ensino de educação midiática. Além de assinalar os déficits educacionais da maioria da população brasileira como entraves significativos para esforços relacionados, Ferrari sinalizou que a crônica falta de recursos das bibliotecas públicas brasileiras, geralmente mantidas e geridas por municípios, é um obstáculo adicional. Ferrari recomendou que as bibliotecas promovam atividades como rodas de conversa sobre AMI. Alertou, ainda, para iniciativas que considera terem baixo potencial de engajamento, como as que se propõem a combater "fake news".

Maior projeto não governamental focado em AMI para os segmentos juvenil e infantil da população escolar, o projeto Educamídia dispõe, segundo sua coordenadora pedagógica Daniela Machado, de alguns recursos condizentes à população extraescolar. Deles, destacamos dois que nos parecem especialmente adequados ao segmento focado por esta tese: EducaMídia 60+, uma iniciativa de AMI voltada à terceira idade, abrangendo guias e vídeos sobre temas como eleições e golpes na internet; e uma série de recursos sobre IA, incluindo um curso introdutório, glossário e um guia de bolso sobre algoritmos e inteligência artificial.

A exemplo das bibliotecas, a busca por recursos e iniciativas de AMI em meios de radiodifusão focadas no grupo extraescolar também revelou a inexistência de ações continuadas. Faz-se necessário esclarecer que para esta busca utilizamos o buscador Google, popular ferramenta digital que julgamos ser o dispositivo básico de localização de conteúdo na internet. Nesse sentido, encontramos uma telenovela da Rede Globo, "Travessia", exibida entre 2022 e 2023 que dramatizava um caso verídico de linchamento de uma vítima de um vídeo desinformativo publicado em 2014 numa rede social. Notamos também que a emergência das chamadas "novelas verticais", um tipo de folhetim de curta duração e com capítulos de dois minutos cada, para serem assistidas em telefones celulares, deve não só agravar a fragmentação das audiências, como dificultar a inclusão de temas relacionados a AMI. No formato áudio, localizamos um podcast disponível na plataforma Spotify produzido pela Prefeitura de São

Paulo sobre temas socioambientais, produção radiofônica e audiovisual. Cientes do enorme apelo popular das transmissões esportivas, resgatamos de um artigo desta autora em co-autoria com Américo e Grossi (2022) conclusões sobre estratégias de campanhas publicitárias durante partidas de futebol, sustentando que uma campanha de AMI para a população extraescolar neste formato seria um "ponto de partida" na compreensão do papel das emoções e riscos da desinformação no ambiente digital.

Finalmente, encontramos no método SIFT (acrônimo para Stop, Investigate the source, Find other coverage e Trace the claim, quote, or media to the original context) recursos que consideramos promissores para a AMI, inclusive para a população extraescolar. Desenvolvido nos Estados Unidos pela dupla de pesquisadores Caulfield e Wineburg (2023) o passo inicial do método, que recomenda que as pessoas façam uma pausa ao se deparar com conteúdos factuais problemáticos, dialoga diretamente com os componentes emocionais manipuladores presentes nas redes sociais, além de ser de entendimento claro e direto. Outra vantagem do método é a recomendação do uso da chamada "leitura lateral" para seu segundo passo, em vez de uma checagem exaustiva que conduza a uma "toca de coelho", que os internautas busquem outras fontes para a afirmação em xeque. É preciso reconhecer, entretanto, que tanto o segundo quanto o terceiro e quarto passos do método supõem habilidades cognitivas complexas para grande parte da população extraescolar brasileira. Ademais, os autores oferecem uma advertência e uma recomendação valiosos para a educação midiática em geral. O alerta: que se evite estimular uma descrença generalizada entre os aprendizes a fim de evitar uma atitude cínica do tipo "ninguém é confiável". A recomendação: que diante de conteúdos digitais emocionalmente carregados e suspeitos de serem desinformativos – e que, conforme relatado ao longo do capítulo 3, têm forte componente identitário – os aprendizes não culpem os próprios sentimentos. Logo, as emoções devem ser vistas como parceiras do lado racional. Para Caulfield e Wineburg, o exame sobre as emoções despertadas por determinado conteúdo conduzirá a “uma jornada mais rápida, precisa e, em última análise, mais humana pelo labirinto da web.” Registre-se que ainda que o método SIFT não se refira à Aprendizagem Socioemocional, sua recomendação dialoga diretamente com habilidades como a compreensão e expressão emocional eficaz, empatia e um senso inclusivo de identidade.

Em termos de implicações teóricas, acreditamos que nosso trabalho, de caráter introdutório, como já ressaltado, aponta possíveis linhas de pesquisa, de abordagem

epistemológica transversal em campos como o da psicologia cognitiva, neurociência, ciência política, comunicação e pedagogia focadas tanto na compreensão de questões relacionadas como no desenvolvimento e avaliação continuada de iniciativas de AMI voltadas ao segmento de adultos e idosos da população extraescolar brasileira. Já em termos de implicações de caráter prático, através de suas recomendações, esta tese de doutorado busca propiciar um mapa do caminho multissetorial cujo norte é uma sociedade mais pacífica, informada e inclusiva. De caráter híbrido – teórico e prático – uma terceira implicação destaca a necessidade de que iniciativas de AMI sejam continuamente pensadas, avaliadas e adaptadas seguindo os preceitos do design centrado no usuário e de acordo, portanto, com as necessidades da população de adultos e idosos brasileiros conectados e pertencentes ao segmento extraescolar.

6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES PARA AMI NO AMBIENTE EXTRAESCOLAR

Em alinhamento à Agenda 2030 da ONU, esta tese visou compreender os fenômenos da desordem da informação e da manipulação emocional no ciberespaço, assim como propor recomendações voltadas à AMI no ambiente extraescolar para o segmento populacional de adultos e idosos brasileiros (indivíduos com 20 anos ou mais) conectados à internet e penalizados pela conjugação histórica da alta desigualdade de renda com um profundo déficit educacional. Tais condições os tornam especialmente vulneráveis ao espalhamento de conteúdo informacional tóxico e emocionalmente manipulativo.

A partir destes objetivos, acreditamos que de forma inovadora, ainda que introdutória, nosso trabalho tenha contribuído em cinco níveis teóricos distintos: 1. Abordagem e equacionamento do problema da desinformação e da manipulação emocional no ciberespaço; 2. Caracterização do segmento extraescolar de adultos e idosos a partir dos dados oficiais disponíveis; 3. Análise dos aspectos cognitivos e socioemocionais que influenciam a produção e disseminação de mensagens desinformativas e emocionalmente manipuladoras; 4. Levantamento e exame da adequação de recursos e iniciativas de AMI ofertados por organizações como a UNESCO e disponíveis para este grupo; 5. Formulação de 20 recomendações para a AMI focadas nestes indivíduos.

De início, concluímos que através de cinco ODS relacionados às TIC, a Agenda 2030 da ONU fornece uma moldura teórica adequada para o segmento extraescolar em conjunto com as definições, objetivos e diretrizes para a AMI da UNESCO, abrangendo noções e atividades que contemplam indivíduos que estão fora do ambiente acadêmico. Tais noções e atividades se traduzem, por sua vez, em conceitos como educação não formal e informal, aprendizagem ao longo da vida e para todos, engajamento comunitário e protagonismo das cidades e espaços urbanos em esforços relacionados. Igualmente relevante é o reconhecimento de que a educação midiática e informacional não cabe numa definição rígida, sendo um ecossistema com 14 áreas distintas. Outro elemento notável das diretrizes se refere a estratégias pedagógicas participativas – capazes de engajar o segmento extraescolar – como a abordagem por questionamento, abordagem baseada em problemas, aprendizagem colaborativa e produção de conteúdo.

Em termos sociodemográficos, a primeira conclusão deste trabalho indicou o grupo extraescolar como sendo ligeiramente superior à metade da população brasileira, estimada em 213 milhões (IBGE, 2025). Ainda que os dados oficiais disponíveis não permitam aferições precisas em termos de renda, nível de ensino ou faixa etária, é possível inferir que a parcela de adultos e idosos conectados à internet mas que não frequentam a escola formalmente englobe pelo menos dezenas de milhões de brasileiros de baixa renda e baixo nível educacional. Relacionadas ao tamanho deste segmento, limitações de ordem cognitiva apontadas pelas pesquisas Inaf (Ação Educativa, Instituto Paulo Montenegro, 2001-2025) e Retratos da Leitura (IPL, 2024) indicam, entre todo o conjunto da população, enormes desafios para o alcance de habilidades desejáveis de AMI segundo a UNESCO – tema do quadro 6 deste trabalho. Dele, vale ressaltar as sérias dificuldades no alcance das seguintes competências: reconhecimento da natureza, função e escopo de conteúdos; compreensão sobre os provedores de mídia e TIC; e compreensão sobre a importância da liberdade de informação, liberdade de expressão e liberdade de imprensa. Novamente, ainda que não haja dados específicos a respeito, acreditamos ser possível fazer uma segunda inferência: a maioria de adultos e idosos do segmento extraescolar apresentaria limitações cognitivas que dificultam o aprendizado de habilidades básicas de AMI. Logo, esforços relacionados devem considerar estes desafios. Outra conclusão importante é que iniciativas viáveis de educação midiática e informacional focadas no público extraescolar podem beneficiar todo o conjunto da população conectada.

Quanto ao fenômeno da desordem informacional, concluímos ser altamente necessário incluir o seguinte alerta de Wardle e Derakhshan (2017) em iniciativas e recursos de AMI: trata-se de algo comparável à “poluição informacional”, que distorce o debate público, corroendo a crença individual em evidências factuais e, por extensão, a confiança em governos e instituições democráticas. Julgamos ser também necessário que as iniciativas e recursos de AMI também abordem a questão da intencionalidade, ou seja, a distinção entre o que é falso e/ou nocivo entre os vários tipos de conteúdos factualmente problemáticos. Mesmo reconhecendo que a questão da tipificação granular desses conteúdos é espinhosa (Wardle, 2024), dois aspectos elementares desta distinção se fazem indispensáveis ao bem-estar público, devendo estar presentes em mensagens de AMI, incluindo o segmento extraescolar: 1. Discurso de ódio, vazamento de informações e assédio são nocivos, mas não pertencem ao campo das falsidades; 2. Mesmo que não tenham a intenção de prejudicar, informações falsas podem causar graves danos,

especialmente durante campanhas eleitorais e em crises sanitárias como epidemias e em catástrofes climáticas.

Se de um lado a população extraescolar tem sido historicamente desfavorecida por limitações educacionais relacionadas a habilidades intelectuais mais complexas, o exame dos aspectos cognitivos e socioemocionais da desinformação nos permitiu concluir que as maneiras de pensar, pelas quais tentamos dar sentido ao mundo concreto e a compreender e formular ideias abstratas, são parte da condição humana (Kahneman, 2011). Assim, independentemente de classe, crença religiosa, identidade de gênero ou orientação política, ao tomar decisões, todos os seres humanos empregam estratégias como os atalhos mentais (heurísticas), não raro de forma apressada e em condições de incerteza. Uma vez que estas estratégias são também utilizadas nas redes sociais, nossas formas de pensar, bem como os riscos que embutem, devem integrar os recursos de AMI para a população em geral. Nossa pesquisa também indicou que além dos fatores cognitivos, a crença e espalhamento de falsidades também estão ligadas a fatores socioemocionais igualmente inerentes à condição humana.

Nesse aspecto, ao introduzir o conceito de "economia da emoção", Bakir e McStay (2022) fazem contribuições relevantes – desde a problematização a possíveis soluções – sobre a manipulação emocional engendrada nas redes sociais para ganho financeiro, notadamente por empresas tecnológicas e produtores de conteúdo. Em termos de medidas regulatórias, deduzimos que elas não prescindem do que chamamos de tripé: AMI, checagem e verificação de fatos e esforços genuínos pela valorização da credibilidade jornalística. A propósito, a partir de Schwarz e Jalbert (2021), julgamos que todas as iniciativas relacionadas à AMI e, em particular, as endereçadas ao grupo extraescolar de adultos e idosos, devem considerar as variáveis comunicacionais capazes de ampliar a fluência de suas mensagens, resguardada a integridade do conteúdo a ser exprimido.

Autores como Alessiato (2022), que resgata a história do conceito kantiano de *weltanschauung* (visão de mundo), Koltko-Rivera (2004), que o delineia enquanto um conjunto de suposições não apenas sobre o que é o mundo, mas como ele deveria ser, e Gray (2011), que propõe a crença (ou descrença) em deus como ponto de partida para a percepção da realidade, entre outros, nos levaram a deduzir que nosso comportamento, inclusive nas redes sociais, é impregnado por ideias e sentimentos acerca de nossa identidade. A partir dos estudos de Hunter (1991) sobre as “guerras culturais” nos EUA e de Lakoff (1996), sob o prisma das visões de

mundo antagônicas do “pai rigoroso” (visão conservadora) em oposição ao “pai protetor” (visão progressista), constatamos a natureza socialmente pervasiva da polarização. De par com o conceito das “câmaras de eco” (Pariser, 2011), nas redes sociais em espaços marcados pelo reforço acrítico de visões de mundo afins (via compartilhamentos, curtidas e *likes*) vale acrescentar comportamentos de natureza belicosa como ataques pessoais e os chamados “cancelamentos”, ou seja, o boicote de indivíduos e organizações que supostamente tenham cometido algum erro considerado grave por quem propõe tal repúdio.

Entre nossos achados, ressaltamos a forma mais aguda e inquietante da polarização em sua dimensão afetiva (Mason, 2015) caracterizada pelo alto grau de antipatia pessoal entre indivíduos com identidades políticas opostas. Além da própria polarização afetiva, segundo Zeine, Moretto e Ortellado (2021), o fenômeno manifesta-se no Brasil em outros três níveis articulados: opiniões sobre temas políticos, identidades políticas e alinhamento das opiniões com identidades. Concluimos ainda que o fenômeno polarizador tem sido tratado, de forma acertada, como uma questão também de saúde pública, merecendo nos Estados Unidos estudos clínicos de psicologia e neurociência como o de Van Baar e FeldmanHall (2022).

Diante do exposto e do exame dos aspectos cognitivos e socioemocionais associados à desordem informacional e à polarização, constatamos que iniciativas de AMI, inclusive as focadas na população extraescolar, devem ser inequivocamente apartidárias. Se Kahneman (2011) nos ensina que as heurísticas nos induzem cotidianamente a ignorar argumentos contrários aos nossos raciocínios, alinhados à literatura sobre a polarização, Schwarz e Jalbert (2021) sugerem que mensagens que visem a correção factual mas que possam vir a ser percebidas como favoráveis ao lado oponente do público-alvo tendem a ser desacreditadas. Concluimos que além de correr o risco de alienar o público-alvo, iniciativas de AMI que sejam percebidas como tendo motivação partidária também se arriscam a ser rejeitadas ou mesmo atacadas por quem as interprete como vindas do lado “inimigo”. Logo, em termos de políticas públicas voltadas a AMI, nossa principal conclusão é que para serem viáveis e duradouras, tanto a formulação como a execução de iniciativas e recursos relacionados devem ser considerados e comunicados como uma política de estado a serviço de todo o conjunto da sociedade. Não menos relevante, uma segunda conclusão é a de que o enfrentamento da desordem informacional conjugada à polarização supõe que iniciativas de AMI sejam relacionadas a políticas de saúde pública, tanto em esforços para a compreensão dos processos mentais pelos quais as pessoas

podem se engajar e se deixar enganar por mensagens falsas e emocionalmente manipuladoras, quanto na formulação de conteúdos pedagógicos relacionados.

Já o levantamento e avaliação de iniciativas e recursos de AMI disponíveis e adequados ao segmento de adultos e idosos no ambiente extraescolar nos levou a concluir que a UNESCO oferece conteúdos e atividades de qualidade e propícios a indivíduos dotados de habilidades cognitivas mais avançadas em tarefas como leitura, interpretação de textos e compreensão de conceitos abstratos. Diante dos desafios educacionais brasileiros relatados, acreditamos que tais iniciativas e recursos possam beneficiar uma parcela minoritária de nosso público-alvo. E uma vez que a barreira linguística pode ser um entrave tanto ao ensino como ao estudo da AMI, concluímos pela necessidade da tradução para o português de três publicações produzidas pela organização mas ainda não disponíveis em nosso idioma: “Media and information literate citizens: think critically, click wisely!” (Cidadãos alfabetizados em mídia e informação: pensem criticamente, cliquem com sabedoria!), apresentado no formato de currículo e respectivo MOOC, e “Media and Information Literacy for Adult Educators” (Alfabetização Midiática e Informacional para Educadores de Adultos). Este terceiro título é especialmente condizente ao ambiente extraescolar de adultos e idosos, sendo focado no ensino de habilidades para avaliar informações criticamente, navegar na internet com segurança e participar ativamente da sociedade. Entre outros méritos, a publicação propõe o combate ao discurso de ódio através da Aprendizagem Socioemocional (ASE), um processo pedagógico valioso focado no desenvolvimento de aptidões como a compreensão e expressão de emoções, empatia e a formulação de respostas de forma adequada e contextualizada. Julgamos, aliás, que a ASE deve ter um papel relevante em iniciativas de AMI, inclusive na educação não formal e informal, modalidades afeitas à população extraescolar de adultos e idosos. Concluímos também pela necessidade da tradução das diretrizes fornecidas pela organização no guia “Mainstreaming social and emotional learning in education systems: policy guide”.

Em termos da educação informal, nossa pesquisa indicou uma oferta expressiva de grupos comunitários (coletivos) e ONGs atuantes em AMI no âmbito extraescolar. Entretanto, também identificamos uma preocupante ausência de iniciativas estruturadas neste campo entre as bibliotecas públicas brasileiras. Dada sua centralidade na educação informal através do desenvolvimento de habilidades como pensamento crítico e interpretação de textos, concluímos pela necessidade da formulação e execução de estratégias relacionadas que considerem questões

como o engajamento e manutenção do interesse do público-alvo. Além de equivocada, a abordagem de iniciativas em curso focadas no "combate às 'fake news'" é ineficaz no tocante ao engajamento da população em geral. Nesse sentido, acreditamos que em seus esforços de AMI – assim como os coletivos e ONGs – as bibliotecas se beneficiariam de recursos relacionados da UNESCO disponíveis em português. Como relatado, é preciso reconhecer a crônica falta de recursos em grande parte das bibliotecas públicas brasileiras, geralmente mantidas e geridas por municípios. Diante desse desafio, além de adotarmos a recomendação da bibliotecária Adriana Ferrari pela promoção por parte das bibliotecas de atividades como rodas de conversa sobre AMI, sugerimos que elas trabalhem conjuntamente com instituições como outros níveis de governos e universidades, seja na formação de bibliotecários em habilidades pedagógicas nesse campo, formulação e/ou absorção de conteúdo, planejamento e execução de atividades.

Diante da igualmente relatada ausência de iniciativas estruturadas de conteúdo sobre AMI no âmbito da radiodifusão, em alinhamento à recomendação de Wardle e Derakhshan (2017) pela transmissão de "histórias sobre a escala e a ameaça representada pela desordem da informação", concluímos pela urgente necessidade de sua produção e veiculação. À ela acrescentamos a produção e veiculação de histórias sobre a escala e ameaças sobre a manipulação emocional algorítmica. Vale observar que a despeito do fenômeno da fragmentação da atenção, os meios de comunicação de massa (rádio e TV) seguem atraindo uma audiência expressiva de indivíduos conectados, muitos dos quais fora do ambiente escolar. Para obter seu engajamento e ter eficácia, tais conteúdos de AMI devem observar os já relatados aspectos relativos à fluência linguística. Além da necessidade da participação do rádio e TV nestas iniciativas, a partir de Pimenta, Américo e Grossi (2022), sugerimos que conteúdos afins em programas como transmissões esportivas sejam “um ponto de partida”, abordando questões como o urgente despertar da atenção dos indivíduos para mensagens falsas e/ou emocionalmente manipulativas. Também é necessário que os conteúdos de AMI, incluindo os de radiodifusão, sejam multimídia, articulando-se a recursos audiovisuais e digitais na modalidade Edutainment.

Concluímos, finalmente, pela necessidade do emprego do método SIFT (Caulfield; Wineburg, 2023) em iniciativas de AMI, em benefício da população brasileira conectada como um todo. Julgamos que o emprego do método, cujo acrônimo em inglês se traduz como “Pare, Investigue a fonte; Encontre outras coberturas; e Rastreie a afirmação, citação ou mídia até o contexto original” deva ser associado a noções fundamentais de ASE como a busca do

reconhecimento de gatilhos emocionais presentes em conteúdos factualmente problemáticos e do discurso de ódio. Acrescente-se que o método alinha-se à aprendizagem socioemocional recomendada pela UNESCO, especialmente sobre o reconhecimento da atratividade de conteúdos emocionais e à valorização dos sentimentos como parceiros do lado racional do indivíduo para uma melhor tomada de decisões sobre acreditar ou não em determinada informação. Mas em face das limitações cognitivas de uma parcela expressiva da população brasileira, consideramos que o segundo, terceiro e quarto passos do método SIFT necessitem estudos empíricos que idealmente empreguem o processo de design centrado no usuário na definição de estratégias para a formulação e veiculação de conteúdos de AMI amigáveis e acessíveis para o maior número possível de cidadãos conectados.

6.1 Recomendações

A partir das conclusões obtidas por esta tese de doutorado e apoiadas em conceitos e técnicas da psicologia cognitiva, nosso conjunto de recomendações vale-se de um modelo conceitual sintetizado pelo acrônimo ACER¹⁶⁶ (Atenção–Crença–Emoção–Resposta), pelo qual:

1. Atenção (entrada do sistema): Através de sua arquitetura algorítmica, as plataformas tecnológicas otimizam o engajamento, favorecendo conteúdos emocionais e caráter “tribal”.

→ Intervenção AMI: proposição de rotinas de “pausa” e desaceleração (etapa “Stop” do método SIFT), higiene informacional e redução de sobrecarga emocional;

2. Crença: (processamento cognitivo). O emprego de heurísticas e vieses mentais associados à baixa criticidade propiciam o aumento do engajamento e adesão a conteúdos problemáticos.

→ Intervenção AMI: adoção de “atalhos bons” (micro-hábitos), como a chamada “leitura lateral” guiada (Método SIFT) fornecem critérios simples e amigáveis de confiabilidade;

3. Emoção (amplificação): Sentimentos de raiva e medo exacerbados por questões identitárias conduzem à viralização de conteúdos e à radicalização.

¹⁶⁶ Além de se basear na literatura revista por esta tese, especialmente em seus capítulos 3 e 4, este modelo guia-se também pelo chamado modelo ABC (Attention-Belief-Consequences). Disponível em: https://www.canr.msu.edu/news/abcs_of_changing_your_thoughts_and_feelings_in_order_to_change_your_behavior

→ Intervenção AMI + ASE: aliadas ao reconhecimento dos gatilhos, identificação e nomeação emocional, emprego de estratégias de estímulo à empatia cívica.

4. Resposta (comportamento social). “Recompensas sociais” (likes/shares) consolidam hábitos.

→ Intervenção AMI: formulação de normas comunitárias em atividades como rodas de conversa em espaços como bibliotecas, entre outros. Estímulos por “pactos de civilidade” e maior escrutínio em termos de transparência de protocolos editoriais e boas práticas por organizações jornalísticas. Acrescentamos, ainda, a necessidade de que ao longo de sua execução, nossas recomendações sejam propostas e avaliadas segundo critérios temporais (curto, médio e longo prazo) e de impacto (baixo, médio e alto).

As vinte recomendações¹⁶⁷ abaixo têm como objetivo viabilizar iniciativas estruturadas de AMI para a população extraescolar de adultos e idosos brasileiros:

A todo conjunto da sociedade brasileira:

1. A alfabetização midiática e informacional é um conceito apartidário a serviço da verdade factual, da democracia e do bem-estar de toda a população. Deve ser, portanto, compreendida, formulada e executada como um recurso de Estado – e não de governos.
2. Atuar colaborativamente. Dada a extensão e a gravidade da desordem da informação no ciberespaço, incluindo a manipulação emocional, iniciativas educacionais que visem enfrentá-la demandam a atuação conjunta e colaborativa de indivíduos, comunidades e organizações.

Às empresas tecnológicas:

3. Financiar iniciativas de AMI, assim como a produção e veiculação de mensagens relacionadas, além de estudos multidisciplinares independentes sobre a desordem da informação, incluindo a manipulação emocional, para que todo o conjunto da população navegue com segurança na internet.

¹⁶⁷ Em grande medida, nossas recomendações também se inspiram naquelas fornecidas pelo relatório “Information Disorder – Toward an interdisciplinary framework for research and policy making”, de Wardle e Derakhshan (Council of Europe, 2017). Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> (pp. 80-85).

4. Construir "mecanismos de autenticidade" para conteúdos postados em redes sociais. À medida que a inteligência artificial generativa populariza conteúdos ficcionais apresentados como factuais, é necessário que tanto os buscadores como as redes sociais criem mecanismos de autenticação que permitam a distinção entre conteúdos factualmente verdadeiros e fabricados.
5. Diversificar a oferta de diferentes pessoas e pontos de vista nos recursos de sugestão algorítmica das redes sociais para páginas, contas ou tópicos para seguir, fornecendo também uma indicação clara de que esta seleção é intencional e que, embora os pontos de vista ou o conteúdo possam ser desconfortáveis ou desafiadores, é preciso conhecer diferentes perspectivas.
6. Fornecer dados a pesquisadores independentes para que sugiram recursos e iniciativas relacionadas a AMI.

Ao Ministério da Educação, através da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização de Jovens e Adultos, Diversidade e Inclusão (Secadi):

7. A exemplo da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e a partir dos recursos de AMI e aprendizagem socioemocional (ASE) da UNESCO, formular e disponibilizar um currículo padrão de AMI – compreendido como um repertório mínimo de habilidades e competências para a compreensão, análise e produção de conteúdos digitais – para a população extraescolar. Este repertório deve também contemplar temas como a influência das emoções sobre o pensamento crítico e as implicações advindas da inteligência artificial. Deve considerar, igualmente, tanto a questão linguística da fluência (clareza e facilidade de compreensão) das mensagens digitais factualmente problemáticas e emocionalmente manipulativas como o emprego de recursos de fluência para fins pedagógicos. Entre as mensagens pedagógicas, destaquem-se as que aconselham que se faça uma pausa diante de conteúdos supostamente problemáticos.

A todos os níveis de governo:

8. Apoiar e trabalhar ativamente com bibliotecas e bibliotecários. Dada sua presença em grande parte do território brasileiro e proximidade não só de estudantes, bem como de pessoas não matriculadas na escola, as bibliotecas oferecem oportunidades interessantes para as modalidades de educação não formal e informal em atividades como rodas de conversa focadas em AMI.
9. Envolver órgãos governamentais ligados à saúde pública e respectivos profissionais, como médicos e psicólogos, tanto na pesquisa como no tratamento de distúrbios associados ao uso compulsivo de dispositivos digitais, incluindo o despertar de emoções como a raiva e o medo.

À UNESCO:

10. Fornecer ou viabilizar traduções para o português que mantenham a integridade do conteúdo das publicações “Think Critically, Click Wisely: Media and Information Literacy in the next normal” (em suas duas versões currículo e MOOC), “Online course for Adult Educators” e “Mainstreaming social and emotional learning in education systems: policy guide”.
11. Fornecer ou viabilizar traduções para o português que mantenham a integridade do conteúdo de novas publicações focadas em AMI e ASE para a população extraescolar.

À sociedade civil:

12. Empregar os recursos pedagógicos de AMI proporcionados pela UNESCO, incluindo os relacionados à aprendizagem socioemocional.
13. Trabalhar colaborativamente com atores como educadores, redações jornalísticas e pesquisadores em busca de novas abordagens para o enfrentamento de conteúdos digitais factualmente problemáticos e emocionalmente manipulativos.

Às organizações midiáticas:

Às redações jornalísticas:

14. Assegurar e comunicar ao público sobre a adoção de padrões éticos, tais como o rigor na apuração dos fatos, a transparência em protocolos jornalísticos e a correção de erros. Não menos importante: não utilizar recursos apelativos, como manchetes sensacionalistas e/ou emocionalmente manipulativas.
15. Produzir e veicular (idealmente com acesso gratuito) conteúdos relacionados a AMI como checagem e verificação de fatos.
16. Não disseminar conteúdo factualmente problemático ou emocionalmente manipulativo.
17. Produzir reportagens sobre o consumo crítico de informações.

Às empresas de radiodifusão:

18. Produzir histórias, como telenovelas, sobre a escala e a ameaça decorrentes de conteúdos factualmente problemáticos e emocionalmente manipulativos, expondo os riscos relacionados, como o acirramento da incivilidade e da intolerância.

Às organizações doadoras:

19. Apoiar estudos multidisciplinares voltados à população brasileira sobre a desordem da informação, incluindo a manipulação emocional e novos problemas advindos da inteligência artificial generativa.
20. Financiar programas de AMI para a população extraescolar, assim como a formulação e veiculação de mensagens educativas, especialmente as que visem educar sobre os gatilhos emocionais associados à raiva e ao medo.

A propósito de novas linhas de pesquisa em AMI sobre o impacto da desordem da informação no Brasil, incluindo a manipulação emocional e AIG, além das sugestões realizadas no capítulo anterior para futuras sondagens sociodemográficas granulares de ordem quali-quantitativa, assim como pelo emprego de DCU na formulação e testagem de conteúdo de AMI, acreditamos serem necessários novos estudos multidisciplinares envolvendo os campos da comunicação, pedagogia, ciência política, psicologia e psiquiatria. A nosso ver, novas pesquisas deveriam responder questões como: Que tipos de conteúdos problemáticos são mais frequentes? Que plataformas são seus principais veículos? Que tipo de reações suscitam? Tais investigações

também deveriam examinar o impacto de conteúdos problemáticos tanto em nível individual quanto social, com o objetivo de buscar respostas para que o convívio entre as diferenças seja mais saudável e civilizado no ciberespaço.

REFERÊNCIAS

ABPEDUCOM. **Educomunicação no ambiente não-escolar** – Práxis Libertadora. Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação. Disponível em: <https://abpeducom.org.br/educunicacao-no-ambiente-nao-escolar-praxis-libertadora/> Acesso em: 7 out. 2025.

AÇÃO EDUCATIVA; INSTITUTO PAULO MONTENEGRO. **Indicador de Alfabetismo Funcional (2001-2018)**. Disponível em: <https://alfabetismofuncional.org.br/>. Acesso em: 6 nov. 2024.

AGÊNCIA IBGE DE NOTÍCIAS. **População estimada do país chega a 213,4 milhões de habitantes em 2025**. 28 Ago. 2025. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/44305-populacao-estimada-do-pais-chega-a-213-4-milhoes-de-habitantes-em-2025>. Acesso em: 10 nov. 2025.

ALMOSSAWI, Ali. **O Livro Ilustrado dos Maus Argumentos**. Tradução: Leila Couceiro. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

ALTAY, Sacha; KLEIS, Nielsen; FLETCHER, Richard. **The impact of news media and digital platform use on awareness of and belief in COVID-19 misinformation**. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2021. Disponível em: [tps://psyarxiv.com/7tm3s](https://psyarxiv.com/7tm3s). Acesso em: 15 nov. 2024.

AMERICAN PSYCHOLOGY ASSOCIATION. **What psychological factors make people susceptible to believe and act on misinformation?** 29 nov. 2023. Disponível em: <https://www.apa.org/topics/journalism-facts/misinformation-belief-action#:~:text=People%20are%20more%20likely%20to,such%20as%20fear%20and%20outrage>. Acesso em: 7 maio 2025

AMÉRICO, Marcos; YONEZAWA, Wilson Massahiro. **Eduretenimento: Uma Abordagem Histórica e Conceitual**. In: II Seminário Lecotec de Comunicação e Ciência, 2009. Disponível em: https://www.academia.edu/14991446/Eduretenimento_Uma_Abordagem_Hist%C3%B3rica_e_Conceitual. Acesso em: 30 set. 2025.

ARENDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. Tradução: Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ARENDT, Hannah. **Entre o Passado e o Futuro**. Tradução: Mauro W Barbosa. São Paulo: Perspectiva, 1968.

ARGUEDAS, Amy Ross *et al.* **Snap Judgements: How Audiences Who Lack Trust in News Navigate Information on Digital Platforms**. Reuters Institute – Oxford University, 2022. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/snap-judgements-how-audiences-who-lack-trust-news-navigate-information-digital-platforms>. Acesso em: 19 nov. 2024.

ASSIS, Thiago Batista; BRIGNONI, Caroline Prado; PIRES, Luciene Lima de Assis. **Educação de Jovens e Adultos: Particularidades e Desafios**. In: XIII Semana de Licenciatura - Instituto Federal Goiás/ Câmpus Jataí. 2016. Anais. Disponível em: <https://periodicos.ifg.edu.br/index.php/semlic/article/view/531>. Acesso em: 19 set. 2025.

BARON, Martin. **Collision of Power** – Trump, Bezos and the Washington Post. Nova York: Flatiron Books, 2023.

BAKIR, Vian; MCSTAY, Andrew. **Optimising Emotions, Incubating Falsehoods** – How to Protect the Global Civic Body from Disinformation and Misinformation. Londres: Palgrave Macmillan, 2023. Disponível em: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-13551-4>. Acesso em: 15 nov. 2024.

BANERJEE *et al.* **Strategies for Building Trust in News: What the Public Say They Want Across Four Countries**. Reuters Institute – Oxford University. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-09/Banerjee_et_al_Strategies_for_Building_Trust_in_News.pdf. Acesso em: 19 nov. 2024.

BENKLER, Yochar; FARIS, Robert; Roberts, Hal. **Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

BÉVORT, E; BELLONI, M.L. **Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas**. In: **Educação e Sociedade**. Campinas, vol. 30, n. 109, pp. 1081-1102. Set/Dez 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2024.

BLIUC, AM.; BETTS, J.M.; VERGANI, M. *et al.* **A theoretical framework for polarization as the gradual fragmentation of a divided society**. Commun Psychol 2, 75. Ago 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s44271-024-00125-1>. Acesso em 16 jun. 2025.

BRIDGMAN, Aengus; MERKLEY, Eric *et al.* **The causes and consequences of COVID-19 misperceptions**. The Harvard Kennedy School Misinformation Review. June 2020, Volume 1, Special Issue on COVID-19 and Misinformation. Disponível em: https://misinforeview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2020/06/formatted_causes_consequences_bridgman-et-al4.pdf. Acesso em: 15 nov. 2024.

BUCCI, Eugênio. **A forma bruta dos protestos: das manifestações de junho de 2013 à queda de Dilma Rousseff em 2016**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Identidade Nacional e Produção de Sentimentos**. In: **Multidões em Cena** – Propaganda Política no Varguismo e no Peronismo. Campinas: Papirus, 1998.

CAREY, JAMES W. **Comunicação como cultura: ensaios sobre mídia, tecnologia e sociedade**. Rio de Janeiro e São Paulo: Editora PUC Rio e Edições Loyola, 2022.

CAUFIELD, Mike. **Ditch the media literacy cynicism and get to work**. Nieman Lab - Predictions for 2019. Disponível em: <https://www.niemanlab.org/2018/12/ditch-the-media-literacy-cynicism-and-get-to-work/>. Acesso em: 15 nov. 2024.

CAULFIELD, Mike. **How 'News Literacy' Gets Web Misinformation Wrong**. Observer, 12 abr. 2017. Disponível em:

<https://observer.com/2017/04/how-news-literacy-gets-web-misinformation-wrong-journalism-digital-media-fact-checking/>. Acesso em: 17 fev. 2021.

CAULFIELD, Mike. **Recalibrating our approach to disinformation**. Disponível em: <https://www.edsurge.com/news/2018-12-19-recalibrating-our-approach-to-misinformation>. Acesso em: 17 fev. 2021.

CAULFIELD, Mike; BREAKSTONE, Joel; SMITH, Mark. **The Digital Media Literacy Gap - How to build widespread resilience to false and misleading information using evidence based classroom tools**. CIVIX. Toronto. Nov. 2021. Disponível em: <https://ctrl-f.ca/en/wp-content/uploads/2022/01/The-Digital-Media-Literacy-Gap.pdf>. Acesso em: 19 maio 2022.

CAUFIELD, Mike; WINEBURG, Sam. **Verified: How to Think Straight, Get Duped Less, and Make Better Decisions about What to Believe Online**. Chicago: The University of Chicago Press, 2023.

CAULFIELD, Mike. **Yes, Digital Literacy. But Which One?** [Hapgood.us](https://hapgood.us) 19 dez. 2016. Disponível em: <https://hapgood.us/2016/12/19/yes-digital-literacy-but-which-one/>. Acesso em: 17 fev. 2021.

CAROTHERS, Thomas; O'DONOHUE, Andrew. **Democracies Divided: The Global Challenge of Political Polarization**. Brookings Institution Press, 2019. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/10.7864/j.ctvbd8j2p>. Acesso em: 18 jul. 2022.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura. A sociedade em rede** (Vol. 1). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

CGI.br. **TIC Domicílios 2025**. Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2024. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2025_principais_resultados.pdf Acesso em: 10 dez. 2025.

CHEN, Brian X. **How Tech Created a 'Recipe for Loneliness'**. The New York Times, Nova York. 10 nov. 2024. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2024/11/10/technology/personaltech/technology-loneliness.html>. Acesso em: 14 nov. 2024.

CIVEK, Susan C. **Both Facts and Feelings – Emotions and News Literacy**. Journal of Media Literacy Education (JMLE). Volume 10. 2018. Disponível em: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol10/iss2/7/>. Acesso em: 11 nov. 2021.

COHN, Nate. **How Educational Differences Are Widening America's Political Rift**. The New York Times. 8 set. 2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/09/08/us/politics/how-college-graduates-vote.html>. 8 set. 2021. Acesso em: 19 maio 2022.

DARNTON, Robert. **The True Story of Fake News**. The New York Review of Books. 13 fev. 2017. Disponível em:

<https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>. Acesso em: 25 jul. 2022.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo: I. A Separação Consumada e Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1997. pp.09-25 e 165-237.

DIRESTA, Renee; STOCKWELL, Tobias. How to Stop Misinformation Before It Gets Shared. Wired. 26 mar. 2021. Disponível em: <https://www.wired.com/story/how-to-stop-misinformation-before-it-gets-shared/>. Acesso em: 9 mai. 2022.

DONOVAN, Joan. **How Civil Society Can Combat Misinformation and Hate Speech Without Making It Worse**. Political Pandemonium/ Medium. 28 set. 2020. Disponível em: <https://medium.com/political-pandemonium-2020/how-civil-society-can-combat-misinformation-and-hate-speech-without-making-it-worse-887a16b8b9b6>. Acesso em 19 mai. 2022.e

ECKER, U.K.H., LEWANDOWSKY, S., Cook, J. *et al.* **The Psychological Drivers of Misinformation Belief and its Resistance to Correction**. Nat Rev Psychol 1, 13–29 (2022). Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>. Acesso em: 8 nov. 2024.

EDELMAN. 2025 **Edelman TRust Barometer**. Disponível em: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2025-01/2025%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_01.23.25.pdf Acesso em: 22 out. 2025

FLETCHER, Richard; KALOGEROPOULOS, Antonis *et al.* **Information inequality in the UK coronavirus communications crisis**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/information-inequality-uk-coronavirus-communications-crisis#sub5>. Acesso em: 5 out. 2020.

FIRST DRAFT. **It matters how platforms label manipulated media. Here are 12 principles designers should follow**. First Draft, 2020. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/it-matters-how-platforms-label-manipulated-media-here-are-12-principles-designers-should-follow/>. Acesso em: 20 ago. 2020.

FISHER, Matthew; *et al.* Are Toxic Political Conversations Changing How We Feel about Objective Truth? Scientific American. Janeiro, 2018. Disponível em <https://www.scientificamerican.com/article/are-toxic-political-conversations-changing-how-we-feel-about-objective-truth/> Acesso em 24 jun. 2025.

FRANÇA, Michael. **Vou aprender a ler, para ensinar meus camaradas**. Folha de S. Paulo. 22 fev., 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/michael-franca/2021/02/vou-aprender-a-ler-para-ensinar-meus-camaradas.shtml>. Acesso em: 22 jun. 2022.

FREITAS, Julian de; Uğuralp, Zeliha Oğuz; Uğuralp, Ahmet Kaan. **Emotional Manipulation by AI Companions**. Harvard Business School. 2025. Disponível em: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=67750>. Acesso em: 4 nov. 2025

FREUD, Sigmund. **Obras Completas - Volume 15: Psicologia das Massas e Análise do Eu e Outros Textos (1920 - 1923)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

GARZON-VELANDIA, Diana; BARRETO-GALEANO, María Idaly; SABUCEDO-CAMESELLE, José Manuel. **What is Polarization in the Social Sciences? A Scoping Review of Reviews.** Act.Colom.Psicol. vol.27 no.2 Bogotá July/Dec. 2024 Epub July 30, 2024. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/acp/v27n2/0123-9155-acp-27-02-e2711.pdf>. Acesso em: 25 Out. 2025.

GHANEM, Bilal *et al.* **FakeFlow: Fake News Detection by Modeling the Flow of Affective Information.** Cornell University, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2101.09810>. Acesso em 25 jul. 2022.

GOLEMAN, Daniel. **Focus - The Hidden Driver of Excellence.** Nova York: Harper Collins, 2013.

GRAY, Allison J. **Worldviews.** International Psychiatry. Cambridge. 8, 3. Ago 2011. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6735033/pdf/IP-8-58.pdf>. Acesso em 16 jun. 2025

GREIFENEDER, Rainer *et al.* **The Psychology of Fake News – Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation.** Londres e Nova York: Taylor & Francis, 2021. Disponível em: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/46921>. Acesso em: 15 nov. 2024.

GUESS, Andrew; NAGLER, Jonathan; TUCKER, Joshua. **Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook.** Science Advances, 2021. Disponível: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.aau4586?cookieSet=1>. Acesso em: 19 maio 2022

HARARI, Yuval Noah. **Nexus: Uma breve história das redes de informação, da Idade da Pedra à inteligência artificial.** Tradução: Berilo Vargas e Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

HARTMANN, Andrew. **A war for the soul of America: a history of the culture wars.** Chicago: University of Chicago Press, 2015.

HUNTER, James Davidson. **Culture Wars: The Struggle to Control the Family, Art, Education, Law, and Politics In America.** Nova York: Basic Books, 1991.

HONG, Su Ha. **Why Transparency Won't Save Us.** Center for International Governance Innovation. 12 fev. 2021 Disponível em: <https://www.cigionline.org/articles/why-transparency-wont-save-us/>. Acesso em: 12 maio 2022.

LUIS, Guilherme; PECHINI, Tiago; Pereira, Vitória. **Como as Novelas Verticais, de Capítulos Curtos para Ver no Celular, Tomaram o Mercado.** Folha de S. Paulo. 3 out. 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2025/10/como-as-novelas-verticais-de-capitulos-curto-s-para-ver-no-celular-tomaram-o-mercado.shtml>. Acesso em: 3 out. 2025.

IBGE. **PNAD Contínua 2018: educação avança no país, mas desigualdades raciais e por região persistem.** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releas>

[es/24857-pnad-continua-2018-educacao-avanca-no-pais-mas-desigualdades-raciais-e-por-regiao-o-persistem](https://ibge.gov.br/estatisticas/sociodemografica/educacao/educacao-avanca-no-pais-mas-desigualdades-raciais-e-por-regiao-persistem). Acesso em: 20 ago. 2020.

IBGE. **PNAD Contínua**: educação 2023. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2024. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/baf49b4ab43ec70bcba5f01d7f512ffd.pdf. Acesso em: 31 out. 2024.

IPEA. **ODS – Metas Nacionais dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2018. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/ods/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

IYENGAR, Shanto *et al.* **The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States**. Annual Review of Political Science. Disponível em <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>. Acesso em 12 jun. 2025.

JOLLY, Jihii. **News literacy vs. media literacy** - How academics are differentiating critical thinking skills. CJR. 4 Set. 2014. Disponível em: https://www.cjr.org/news_literacy/news_literacy_vs_media_literac.php. Acesso em: 18 nov. 2024.

KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, Fast and Slow**. Nova York: Farrar, Straus and Giroux, 2013.

LAKOFF, George. **Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think**. Chicago: University of Chicago Press, 1996.

LASSALVIA, Cátia. **Transletramento, Metaletramento e Letramentos Transmidiáticos: Produção de Sentidos nas Travessias entre Linguagens, Tecnologia e Sociedade**. Unicamp, 2022. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/Acervo/Detalhe/1243628>. Acesso em 28 ago. 2025.

LASSALVIA, Cátia; CÂMARA, Marco Túlio; GABARDO, Maristella. **Letramentos e integridade da informação: o midiativismo da Agência Lupa na cobertura das enchentes no Rio Grande do Sul e o papel de educação midiática**. Revista Eco-Pós, 28 (1), 332–359. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28470. Acesso em: 28 ago. 2025.

LEWANDOWSKI, Stephan; *et al.* **O Manual da Desmistificação 2020**. Fairfax: Virginia. Center for Climate Change Communication - George Mason University. Disponível em: <https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2021/01/DebunkingHandbook2020-Portuguese.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2024.

MANTZARLIS, Alexios. **Fact-checking 101**. UNESCO, 2018. Disponível em: https://web.archive.org/web/20220706074637/https://en.UNESCO.org/sites/default/files/module_5.pdf. Acesso em 11 dez. 2024.

MARIANI, Daniel; TAKAHASHI, Fábio *et al.* **GPS Ideológico** - Análise do debate político no Twitter. Folha de S. Paulo. 6 maio 2019. Disponível em:

<http://temas.folha.uol.com.br/gps-ideologico/reta-ideologica/a-posicao-ideologica-de-mil-influenciadores-no-twitter.shtml>. Acesso em: 29 maio 2020.

MORE IN COMMON. **O Papel dos Invisíveis na Divisão Política do Brasil**. 2025. Disponível em: <https://moreincommon.com.br/>. Acesso em: 6 nov. 2025.

HAO, Karen. **These Creepy Fake Humans Herald a New Age in AI**. MIT Technological Review. 11 jun. 2021. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/2021/06/11/1026135/ai-synthetic-data/>. Acesso em: 24 jul. 2025.

NATIONAL PUBLIC BROADCAST. **Tips For Coping With Bad-News Burnout**. 2010. Disponível em: <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=127477675?storyId=127477675>. Acesso em: 18 nov. 2024.

NEWS LITERACY PROJECT. Disponível em <https://newslit.org/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

NEWS LITERACY PROJECT. **Como Ensinar News Literacy em Tempos de Polarização**. Tradução x. 2022. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1ZPP1SUy_7bMo3DEB0UVXKeRQ_clZ1IEZ/view?usp=sharing. Acesso em: 8 ago 2022.

OLIVEIRA, Carlos; TURGEON, Mathieu. **Quem acredita em teorias conspiratórias mudaria suas crenças caso corrigido?** Folha de S. Paulo. 27 mar. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2022/03/quem-acredita-em-teorias-conspiratorias-mudaria-suas-crencas-caso-corrigido.shtml>. Acesso em: 19 maio 2022.

OLIVEIRA, Thaiane *et al.* **Confronting misinformation related to health and the environment: a systematic review**. JCOM, 2024. Disponível em: https://jcom.sissa.it/article/pubid/JCOM_2301_2024_V01/. Acesso em: 14 out. 2024.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You**. Nova York: Penguin Books, 2011.

PARISER, Eli. **To Mend a Broken Internet, Create Online Parks**. Wired Magazine, 13 out. 2020. Disponível em: <https://www.wired.com/story/to-mend-a-broken-internet-create-online-parks/>. Acesso em: 24 Out. 2025.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. **A Política das Multidões: Populismo e Neopopulismo na América Latina**. In: GONZÁLEZ, Felipe. (coord.), DAMIANI, Gerson & FERNÁNDEZ-ALBERTO, José (orgs.). *Governança e democracia representativa*. São Paulo: Edusp, 2017. pp.301-322.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. **Os Populismos nas Américas: lideranças carismáticas, psicologia das massas e cultura da mídia em tempos de crises de desenvolvimento econômico e de descontentamento democrático (Séculos XX e XXI)**. In: PEREIRA, Wagner; MURIEL, Beatriz. **Desenvolvimento e Cooperação na América Latina: A Urgência de uma Estratégia**

Renovada". São Paulo: Edusp, 2020. pp. 351-395. Disponível em: <http://www.livrosabertos.edusp.usp.br/edusp/catalog/book/20>. Acesso em: 19 ago. 2020.

PIMENTA, Angela, AMÉRICO, Marcos; GROSSI, Angela. **Os fatos na "zona do agrião": um exame sobre a efetividade da Educação Midiática no ambiente esportivo**. Temática. 18. 1-15. Ago., 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/63759>. Acesso em: 5 ago. 2025.

PIMENTA, Angela. **Claire Wardle: combater a desinformação é como varrer as ruas**. Observatório da Imprensa. 14 nov. 2017. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/credibilidade/claire-wardle-combater-desinformacao-e-como-varrer-as-ruas/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

POYNTER INSTITUTE. **How to Spot Misinformation Online**. Disponível em <https://www.poynter.org/shop/fact-checking/how-to-spot-misinformation-online-july-2021/>. Acesso em: 8 ago 2022.

PROJETO CREDIBILIDADE. **Sistema de Indicadores de Credibilidade**. Projeto Credibilidade – Capítulo brasileiro de The Trust Project. Disponível em: <https://www.credibilidade.org/projeto>. Acesso em: 14 out. 2024.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe. **Discursive strategies for disinformation on WhatsApp and Twitter during the 2018 Brazilian presidential election**. First Monday, 4 jan. 2021. Volume 6, Number 1. Disponível em: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/10551>. Acesso em: 20 jun. 2022.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2024**. Disponível em: [RISJ_DNR_2024_Digital_v10_lr.pdf](https://risj.dnr.2024.digital.v10.lr.pdf). Acesso em: 19 nov. 2024.

ROLLEMBERG, Denise; QUADRAT, Samantha Viz. **A Construção Social dos Regimes Autoritários. Legitimidade, Consenso e Consentimento no Século XX**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

SANDEL, Michael. **Democracy's Discontent – A New Edition for Our Perilous Times**. Cambridge: Harvard University Press, 2022.

SETH, Anil, K. **Our Inner Universe: Reality is Constructed by the Brain, and No Two Brains are Exactly Alike**. **Scientific American Special Issue Truth, Lies & Uncertainty - Searching for Reality in Unreal Times**. Nova York, v. 321, n. 3, pp. 40-47, set 2019.

SIGHELE, Scipio. **As Multidões Criminosas**. In: **A Multidão Criminosa: Ensaio de Psicologia Coletiva** (1892). Rio de Janeiro: Organização Simões, 1954.pp.60-86.

SILVA, Vera Lúcia Marques da. **Alfabetização midiática e informacional: prática da biblioteca**. In: 30º Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação. Recife. 2024. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/cbbd2024/article/view/3276>. Acesso em: 23 set. 2025.

SCHUDSON, Michael. **The Rise of the Right to Know: Politics and the Culture of Transparency, 1945-1975**. 2015. Cambridge (MA): Harvard University Press, 2015.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio**. São Paulo: Paulinas, 2011. Acesso em: 16 dez. 2024.

SOARES, Ismar; VIANA, Claudemir; XAVIER, Jurema. **Educomunicação e suas áreas de intervenção - novos paradigmas para o diálogo intercultural**". ABPEDUCOM, 2017. Disponível em: <https://abpeducom.org.br/publicacoes/index.php/portal/catalog/book/1>. Acesso em: 18 nov. 2024.

SOARES, Ismar de Oliveira (org.), VIANA, Claudemir Edson. **Educomunicação: Caminhos entre a Pesquisa e a Formação**, no II Congresso Internacional de Comunicação. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, ABPEDUCOM, 2021. Disponível em: <https://abpeducom.org.br/publicacoes/index.php/portal/catalog/book/28>. Acesso em: 16 dez. 2024.

SOARES, Ismar de Oliveira (org.), VIANA, Claudemir Edson. **Trajetórias da Educomunicação na Políticas Públicas e a Formação de Professores**. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, ABPEDUCOM, 2021. Disponível em: <https://abpeducom.org.br/publicacoes/index.php/portal/catalog/book/30>. Acesso em: 16 dez. 2024.

SOPRANA, Paula. **Datafolha: 49% deixaram de falar sobre política para evitar discussões**. Folha de S. Paulo. 1 ago. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/07/datafolha-49-deixaram-de-falar-sobre-politica-para-evitar-discussoes.shtml>. Acesso em 1 ago 2022.

SOUZA, Juliana Salles de. **(Edu) comunicar na América Latina: distribuição, atuação e resistências de coletivos de comunicação**. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1TRr7AciaqUCmLRodxl6OZSEpgoHjg9-A/view?ts=6807ede4>. Acesso em: 3 set. 2025,

STARBIRD, Kate; SPIRO, Emma *et al.* **Misinformation, Crisis, and Public Health**—Reviewing the Literature. Media Well. 25 jun. 2020. Disponível em: <https://mediawell.ssrc.org/literature-reviews/misinformation-crisis-and-public-health/versions/v1-0/>. Acesso em: 19 ago. 2020.

SULEIMAN, Mustafa; Bhaskar, Michael. **The Coming Wave: Technology, Power, and the Twenty-first Century's Greatest Dilemma**. Nova York: Crown, 2023.

THE ECONOMIST EDUCATIONAL FOUNDATION. **News Literacy Framework**. The Economist Educational Foundation, 2019. Disponível em: <https://economistfoundation.org/news-literacy/>. Acesso em: 14 out. 2024.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. **Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases**. Science, New Series, Vol. 185, No. 4157. (Sep. 27, 1974). pp. 1124-1131. Disponível em: https://sites.socsci.uci.edu/~bskyrms/bio/readings/tversky_k_heuristics_biases.pdf. Acesso em: 12 jun. 2025.

UNITED NATIONS. **Sustainable Development Goals** - Press Release: World risks big misses across the Sustainable Development Goals unless measures to accelerate implementation are taken, UN warns. Jul. 2023. Disponível em: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2023/07/press-release-world-risks-big-misses-across-the-sustainable-development-goals-unless-measures-to-accelerate-implementation-are-taken-un-warns/#:~:text=The%20SDGs%20are%20in%20peril,of%20these%20unprecedented%20global%20challenges>. Acesso em: 13 out. 2025.

UNESCO. **Alfabetização Midiática e Informacional** - Diretrizes para a Formulação de Políticas e Estratégias. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), 2016. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246421>. Acesso em: 14 out. 2024.

UNESCO; UNICAMP. **Alfabetização Midiática, Informacional e Diálogo Intercultural**. 2019. Disponível em: <https://www.coursera.org/learn/alfabetizacao-midiatica>. Acesso em: 23 set. 2025.

UNESCO. **AI Trend** – User empowerment through Media and Information Literacy responses to the evolution of Generative Artificial Intelligence (GAI), 2024. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388547>. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO. **Cinco Leis da Alfabetização Midiática e Informacional**. 2023. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/five-laws>. Acesso em: 5 ago. 2025.

UNESCO. **Behind the screens**: insights from digital content creators; understanding their intentions, practices and challenges. 2024. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392006>. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO; KNIGHT CENTER FOR JOURNALISM IN THE AMERICAS - **Digital Content Creators and Journalists/ Online course**: How to be a trusted voice online, 2024. Disponível em: <https://journalismcourses.org/product/digital-content-creators-and-journalists-how-to-be-a-trusted-voice-online/>. Acesso em 1 ago. 2025.

UNESCO. **Diretrizes operacionais**: Construir Cidades de Alfabetização Midiática e Informacional da UNESCO. 2024. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391748_por. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO. **Diretrizes para a governança das plataformas digitais**: salvaguardar a liberdade de expressão e o acesso à informação com uma abordagem multissetorial. 2023. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387560>. Acesso em: 15 ago. 2025.

UNESCO. **Global MIL Week**. 2025. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/weeks/media-information-literacy?hub=750>. Acesso: 1 ago. 2025.

UNESCO. **IBE Glossary of Curriculum Terminology**. 2013. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000223059>. Acesso em: 20 ago. 2025.

UNESCO. **Jornalismo, fake news e desinformação** - Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), 2018. Disponível em: <https://unesdoc.UNESCO.org/ark:/48223/pf0000246421>. Acesso em: 14 out. 2024.

UNESCO. **Journey through the MILtiverse**: media and information literacy toolkit for youth organizations. 2024. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392035>. Acesso em: 1 ago. 2024.

UNESCO. **Mainstreaming social and emotional learning in educational systems** - Policy guide. 2024. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/mainstreaming-social-and-emotional-learning-education-systems-policy-guide>. Acesso em 12 ago. 2025.

UNESCO. **Media and Information Literacy**. 2025. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/podcasts/media-information-literacy?hub=750>. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO. **Media and information literate citizens**: think critically, click wisely!, 2021. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/media-and-information-literate-citizens?hub=750>. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO. **MIL Youth Initiative Week**: Youth Hackathon and Winners' Projects. 2024. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/youth-hackathon-winners-design-impactful-projects-mil>. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO. **MIL Youth Initiatives**: Youth Multimedia Room. 2024. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/youth-multimedia-room>. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO. **MOOC**: Think Critically, Click Wisely: Media and Information Literacy in the next normal, 2024. Disponível em: <https://www.unesco.org/mil4teachers/en/moocs?hub=750>. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO. **Online course for Adult Educators**. 2023. Disponível em: <https://learninghub.uil.unesco.org/enrol/index.php?id=63>. Acesso em: 1 ago. 2025.

UNESCO. **Policy Papers**: TIC para o desenvolvimento sustentável - Recomendações de políticas públicas que garantem direitos. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), 2019. Disponível em: <https://cetic.br/publicacao/tic-para-o-desenvolvimento-sustentavel-recomendacoes-de-politicas-publicas-que-garantem-direitos/>. Acesso em: 14 out. 2024.

UNESCO. **Social Media 4 Peace**. 2021. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/social-media4peace>. Acesso em: 16 ago. 2025.

UNESCO. **Social Media 4 Peace Phase II kicks off in Indonesia with Focus on Media and Information Literacy for Educators and Students.** 2025. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/social-media-4-peace-phase-ii-kicks-indonesia-focus-media-and-information-literacy-educators-and>

UNESCO. **What you need to know about social and emotional learning.** 2024. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/what-you-need-know-about-social-and-emotional-learning>. Acesso em 12 ago. 2025.

VAN BAAR, Jeroen. M.; FELDMANHALL, Oriol. **The Polarized Mind in Context: Interdisciplinary Approaches to the Psychology of Political Polarization.** American Psychologist, 2022. Disponível em https://static1.squarespace.com/static/56100827e4b0a8aca363cc5f/t/60b6772b4207981adb2b6963/1622570795403/polarized_mind.pdf. Acesso em 21 jun 2025.

WARDLE, Claire. **A Conceptual Analysis of the Overlaps and Differences between Hate Speech, Misinformation and Disinformation.** United Nations, 2024. Disponível em: https://peacekeeping.un.org/sites/default/files/report_-_a_conceptual_analysis_of_the_overlaps_and_differences_between_hate_speech_misinformation_and_disinformation_june_2024_qrup_date.pdf. Acesso em: 18 dez. 2025.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder – Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.** Council of Europe (CoE), 2017. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> Acesso em: 27 nov. 2025.

WARDLE, Claire. Fake News. **Fake news.** It's complicated. First Draft, 2017. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>. Acesso em 22 nov. 2024.

WARDLE, Claire. **A New World Disorder – the evolution of digital disinformation.** Scientific American. Nova York, 3, pp. 88-93, Fev. 2019.

WARDLE, Claire; PIMENTA, Angela *et al.* **Comprova - An Evaluation of the Impact of a Collaborative Journalism Project on Brazilian Journalists and Audiences.** First Draft, 2019. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/06/Comprova-Full-Report-Final.pdf?x21167>. Acesso em: 8 dez. 2024.

WARZEL, Charlie. **I talked to the Cassandra of the Internet age - The internet rewired our brains. He predicted it would.** The New York Times, 4 fev. 2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/02/04/opinion/michael-goldhaber-internet.html>. Acesso em: 18 nov. 2024.

WARZEL, Charlie. **Don't Go Down the Rabbit Hole.** The New York Times, 18 Fev. 2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/02/18/opinion/fake-news-media-attention.html?searchResultPosition=1>. Acesso em: 18 nov. 2024.

WARZEL, Charlie. **The Bad Ideas our Brains Can't Shake**. The Atlantic, 14 Fev. 2022. Disponível em: <https://newsletters.theatlantic.com/galaxy-brain/62071e1adc551a0020867247/trust-the-science/>. Acesso em: 19 maio 2022.

WIKIVERSITY. What does Media Literacy look like in Non-School Settings. Disponível em: https://en.wikiversity.org/wiki/What_does_Media_Literacy_look_like_in_Non-School_Settings. Acesso em: 18 nov. 2024.

WINEBURG, Sam; MCGREW, Sarah. **Lateral Reading**: Reading Less and Learning More When Evaluating Digital Information. Stanford History Education Group Working Paper No. 2017-A1. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3048994. Acesso em: 18 nov. 2024.

YONESHIGUE, Bernardo. **"Tribunal do cancelamento"**: como o fenômeno das redes sociais está afetando a saúde mental de jovens e adultos. O Globo, 05 Jan. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/saude/bem-estar/noticia/2024/01/05/tribunal-do-cancelamento-como-o-fenomeno-das-redes-sociais-esta-afetando-a-saude-mental-de-jovens-e-adultos.ghtml>. Acesso em: 24 Out. 2025

YUEWEI, Chuai; JICHANG, Zhao. **Anger makes fake news viral online**. Cornell University. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/2004.10399>. Acesso em: 18 nov. 2024.