

“Fake News”: Uma proposta online de Literacia ¹

Caroline Garcia Cafeo²

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp), Bauru/SP

Carlo José Napolitano

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp), Bauru/SP

Resumo

Este artigo busca contextualizar a desinformação, popularmente conhecido como Fake News no âmbito digital diante do contexto da Sociedade da Informação. O estudo no primeiro momento, apresenta um embasamento teórico sobre estes temas, caracteriza este fenômeno e aborda de forma breve a Literacia. Em um segundo momento foi realizada uma pesquisa exploratória, em um grupo de WhatsApp já existente do clube de voluntários LEO Clube de Agudos, sendo dividida em duas etapas: aplicação de questionário online e uma atividade de discussão e interação entre os membros sobre Fake News, visando identificar como os participantes se sentem ao compartilharem informações, se reconhecendo como emissores ou não, e os seus posicionamentos em relação as notícias falsas.

Palavras-chave: Fake News; Sociedade da Informação; LEO Clube; Literacia; WhatsApp.

Introdução

Nossa sociedade está pautada em transformações de forma mundial e em um ritmo acelerado, a partir dos avanços tecnológicos que proporcionaram novos modos de relacionamento e trabalho, modificando a maneira de viver e de se comunicar, além de motivarem diversas mudanças na economia, política, e na organização das sociedades e Estados (CASTELLS, 1999).

Neste contexto, os jovens são usuários ativos destes dispositivos e das mídias sociais, no entanto, é importante que sua forma de utilização atual seja questionada e refletida além do uso simplificado e comum destas tecnologias, principalmente com a disseminação cada vez mais veloz e maior de notícias falsas. Sendo assim, os usuários precisam desenvolverem competências e habilidades para se apropriarem das informações disponíveis e veiculadas nas plataformas digitais.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Comunicação digital, inovação e tecnologias, atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Estadual Paulista. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Em face do exposto, o objetivo deste artigo é identificar os posicionamentos e compreensão dos usuários sobre notícias falsas, além de aplicar uma proposta online de reflexão acerca das notícias falsas aos jovens. A metodologia utilizada inicialmente foi a revisão bibliográfica sobre os temas.

De acordo com Vianna (2001) a revisão bibliográfica é um elemento fundamental das pesquisas científicas, pois para acrescentar sobre determinado assunto, somente é possível através de estudos anteriores de outros pesquisadores do tema.

A fundamentação teórica é um processo de busca de autores ou entidades de diferentes ordens que já publicaram a respeito do tema escolhido. (...) está busca é imprescindível considerando que você precisa fundamentar, embasar suas argumentações em citações de autores para elas tenham maior respaldo científico, além de explicar a linha teórica que orienta seu trabalho de pesquisa (VIANNA, 2001, p. 87).

Desta forma, a fundamentação teórica é importante para o desenvolvimento do presente estudo. Destaca-se os conceitos de Sociedade de Informação, pois o fluxo de informação e comunicação estão cada vez mais intensos, uma vez que as tecnologias, os meios de comunicação e principalmente as mídias sociais estão em expansão, e se relacionam com os temas da desinformação e da Literacia.

Além disso, foi realizado uma pesquisa exploratória de modo online, a partir da participação de um grupo já existente no WhatsApp de um clube de serviço voluntário, a associação LEO Clube de Agudos, sendo o aplicativo a principal forma de comunicação utilizada para organizar, planejar e discutir campanhas e assuntos entre os membros. A pesquisa exploratória foi realizada em duas etapas: aplicação de questionário e debate de uma notícia com o intuito de promover discussões do assunto, e a análise se os usuários reconhecem sua importância neste cenário e se identificam como emissores de informações. Posteriormente, houve a descrição e ponderações acerca dos resultados obtidos por meio da pesquisa exploratória.

Sociedade da Informação, Fake News e Literacia

Na Sociedade da Informação os processos informacionais ocorrem por meio das tecnologias da informação e comunicação (TICs) e possibilitaram uma mudança nas formas de relacionamento, pois a comunicação mediada por computadores possibilita uma diversidade de comunidades virtuais (CASTELLS, 1999).

Principalmente para os jovens, segundo pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, o Brasil possui aproximadamente 116 milhões de usuários de internet, sendo que em relação aos jovens adultos (entre 18 e 24 anos de idade) pesquisados cerca de 85% das pessoas possuem o acesso à internet. Além disso, o estudo do IBGE identificou que o celular é o dispositivo mais utilizado pelos brasileiros para o navegar na internet (CANALTECH, 2018).

Desta forma, na Sociedade da Informação os avanços das tecnologias proporcionam novas formas de conexão entre indivíduos, permitindo uma modificação na dinâmica de tempo e espaço impactando pessoas, organizações e o Estado.

Vivemos num período histórico caracterizado como a «Sociedade da Informação», onde nos deparamos com a possibilidade de interação com novos aparatos tecnológicos, que estabelecem novas formas de comunicação entre as pessoas e das pessoas com coisas. Estamos vivenciando uma revolução, que tem como elemento central a tecnologia da informação e da comunicação. Por consequência, estamos presenciando uma profunda alteração nas relações sociais, políticas e econômicas, impulsionadas por uma expansão permanente de hardware, software, aplicações de comunicações que prometem melhorar os resultados na economia, provocar novos estímulos culturais e incentivar o aperfeiçoamento pessoal, através do uso da tecnologia para a prática educativa (CASTELLS, 2003, p. 227).

Sendo assim, é possível verificar a centralidade da informação e da comunicação no contexto atual. As relações entre indivíduos, tanto no aspecto social, econômico e político estão mais pautados nas novas tecnologias e aparatos tecnológicos. A informação se tornou o elemento responsável pelas alterações em vários níveis das relações sociais, desde produtos e serviços até as relações entre indivíduos e organizações, isto é, quem tem informação possui poder.

Diante deste contexto de avanços tecnológicos, mídias sociais e velocidade do compartilhamento e troca de informações, surge o fenômeno das notícias falsas na plataforma digital. O termo “Fake News” se tornou frequente e popular principalmente durante a eleição presidencial dos Estados Unidos em 2016, sendo utilizado para se referir a falsas informações divulgadas nas redes sociais, após empresas especializadas constatarem diversos sites com notícias de conteúdos sensacionalistas e falsas sobre personalidades importantes, como os candidatos daquela eleição (MUNDO EDUCAÇÃO, 2018).

A polissemia do termo Fake News é confusa em sua conceituação e alcance, uma vez que pode indicar uma notícia falsa ou uma notícia fraudulenta, ou ainda uma reportagem incompleta ou descontextualizada. Neste sentido, surgem as críticas ao vocábulo, pautados na

imprecisão de definição de conceito e devido ao uso coloquial da expressão. Embora não haja ainda um consenso referente a sua definição, pode ser compreendida também como textos distribuídos em plataformas digitais semelhantes ao estilo jornalístico, porém constituídos de informação falsa com a intenção de enganar e em sua maioria ocultando a autoria (SAKAMOTO, 2018). Portanto, neste fenômeno existe a produção de textos que utilizam as características jornalísticas com o objetivo de adquirir a credibilidade dos meios de comunicação tradicionais construídas ao longo do tempo para a propagação de notícias inverídicas.

Vale destacar que as motivações da criação de notícias falsas são diversas. Há casos, em que os autores criam manchetes com o objetivo de atrair acessos aos sites visando o faturamento com a publicidade digital. Entretanto, as Fake News também podem ser utilizadas com o intuito de criação de boatos, fortalecimento de um determinado pensamento, através de mentiras e a disseminação de ódio. Desta forma, tanto as pessoas comuns, como as celebridades, as empresas, o Estado e os seus representantes podem se prejudicar.

Além disso, existem organizações específicas que trabalham na disseminação da desinformação, porém a identificação das empresas deste segmento é difícil, uma vez que operam de forma obscura, e oculta ao público. Para a propagação das informações falsas, geralmente cria-se uma página na internet, um robô programado por estas organizações é o responsável por disseminar o link das informações inverídicas nas redes. Assim, quanto mais o assunto é mencionado na internet, mais o robô opera, o disparo das informações pode se dar a cada dois segundos (MUNDO EDUCAÇÃO, 2018).

Perante a volumosa disseminação dos conteúdos, os usuários reais ficam expostos e vulneráveis as notícias falsas, por diversos motivos como devido à falta de checagem de fontes, e compartilham estas informações, surgindo uma rede de mentiras propagadas por pessoas reais, se tornando ainda mais difícil encontrar quem foi o responsável pelo início das informações.

Destaca-se que notícias falsas se espalham 70% mais rápido que notícias verdadeiras, segundo a pesquisa do Instituto de Tecnologia de Massachusetts - MIT localizado nos Estados Unidos, cada postagem verdadeira atinge, geralmente proximamente mil pessoas, enquanto as postagens falsas mais populares atingem de mil a 100 mil pessoas. Apesar do estudo ter focado nos Estados Unidos a partir das postagens em inglês no *Twitter*, os pesquisadores afirmaram que os padrões de disseminação de notícias falsas foram os mesmos em outros países de diferentes línguas, assim as conclusões podem ser utilizadas para a reflexão, incluindo o Brasil (ESTADÃO, 2018).

O estudo verificou que a desinformação relacionadas a política o alastramento é cerca de três vezes mais rápido comparada a outros assuntos. Além disso, diferente do que se pensava, os robôs das empresas deste setor, aceleram a propagação de informações falsas e verdadeiras em taxas equivalentes. Assim, as notícias falsas se disseminam mais que as verdadeiras, porque os usuários reais, isto é, os seres humanos e não os robôs espalham mais notícias falsificadas (ESTADÃO, 2018).

E estas notícias não verdadeiras podem afetar além da esfera política, também nos âmbitos da saúde pública como ocorre atualmente sobre a vacinação, em que são divulgadas informações distorcidas nas redes sociais e nos grupos de Whatsapp impactando as campanhas, muitas pessoas por medo e desinformação deixam de tomar as vacinas contribuindo para diminuir a cobertura no país. Com ocorrência cada vez maior deste fenômeno, dificuldade de identificação e punição dos autores de notícias falsas, busca-se diversos tipos de solução, principalmente ao que se refere a capacitação de competências e habilidades aos usuários para reconhecer as fontes ilegítimas de notícias e a qualidade e confiabilidade da informação.

Neste sentido, ressalta-se a Literacia em internet, como um agrupamento de habilidades básicas e avançadas em relação as aptidões individuais com práticas sociais, as quais interligam o conhecimento formal e informal, sendo que a internet ocasiona novos e específicos requisitos para a compreensão por parte dos usuários. Assim, em um primeiro momento a literacidade engloba uma forma de conhecimento em relação aos diferentes modos comunicativos como o impresso, o audiovisual, o interpessoal, e o digital. Porém, no tocante à internet, o conhecimento enfrenta desafios de diferentes níveis, podendo ser por exemplo desde dificuldades de acesso iniciais aos dispositivos celulares ou as mídias sociais, até competências mais complexas, como a interpretação e a avaliação de conteúdos e serviços presentes nas tecnologias (LIVINGSTONE, 2011).

Ademais, a Literacia na internet é um modo de conhecimento, o qual relaciona a habilidade individual e as práticas sociais que são viabilizadas (ou não) por recursos, seja no âmbito econômico, cultural ou sociais. É essencial a interação entre a ação do indivíduo e a tecnologia, contudo, dominar uma tecnologia não é somente manusear o hardware ou dispositivos, mas também compreender e saber utilizar todas as possibilidades de que a internet oferece aos usuários (LIVINGSTONE, 2011).

Além disso, a literacidade caracteriza-se como um dos requisitos para a efetiva participação na Sociedade da Informação, sendo também parte do direito do ser humano da educação e do aprendizado. Destaca-se que a informação é um produto social e não comercial, ao mesmo tempo, uma necessidade social e um elemento essencial no pleno exercício dos

direitos humanos (UNESCO, 1987). Uma vez que a utilização da informação é elemento primordial para que um cidadão tenha a oportunidade de ser um agente ativo nesta sociedade, pois ao absorver e produzir novos conteúdos, gera-se coletivos inteligentes que podem alimentar o ciclo informacional de informação, conhecimento e desenvolvimento.

Então, a partir da ampliação das tecnologias de informação e de comunicação, a literacidade se torna fundamental para formação de cidadãos, pois engloba competências requeridas para utilizar os sistemas digitais, com o intuito de compreender além da ideia simples de usar a internet, mas de forma aprofundada e crítica em relação a representação e distribuição de informações, principalmente aos que jovens que convivem constantemente com as tecnologias (LIVINGSTONE, 2011).

Atividade de Literacia no grupo de Whatsapp do LEO clube de Agudos

O LEO Clube de Agudos é uma associação, fundada no dia cinco de julho de 1981 com a finalidade serviço comunitário. A organização compartilha da mesma visão do LIONS Internacional de “Ser o líder mundial em serviços comunitário e humanitário” e a missão de “Dar oportunidade aos voluntários de servirem suas comunidades e atender às necessidades humanas, fomentar a paz e promover a compreensão mundial”. Assim, a associação persegue a defesa de determinados interesses em prol da comunidade agudense, sem ter o lucro como objetivo principal.

Atualmente o clube tem a diretoria composta por: uma presidente, uma vice-presidente, um tesoureiro, um secretário e mais cinco voluntários, sendo todos jovens. Também há quatro conselheiros que de acordo com o estatuto interno precisam ser adultos. Portanto, totalizando são doze membros, sendo nove jovens entre as idades de 15 a 25 anos, e três adultos acima de 35 anos.

As reuniões são realizadas mensalmente na sede ou na casa dos voluntários, no entanto, destaca-se a utilização do grupo no aplicativo WhatsApp desde 28 de abril de 2013, diante o contexto da sociedade com os avanços tecnológicos, sendo evidente a relação entre jovens e as Tecnologias de Informação e Comunicação (CASTELLS, 1999).

O grupo foi criado com o intuito de facilitar e promover ainda mais a comunicação entre os membros. Sendo assim, através do aplicativo o LEO Clube organiza campanhas, resumo das decisões da reunião, envia pautas para discussão, compartilham e trocam informações de diversos assuntos. Vale lembrar que o grupo é rotativo, isto é, os membros que ingressam são adicionados, e os voluntários que deixam o clube são retirados.

Portanto, o surgimento e expansão da Web 2.0 facilitou a produção e a divulgação de conteúdos por meio das mídias sociais, evidenciando a necessidade de se educar os usuários para obterem o “melhor” das mídias, como consumidores e como cidadãos, visando além do simples uso das tecnologias como uma ferramenta de facilitação da comunicação (ANDRELO, ALMEIDA, SIQUEIRA, 2012).

Neste sentido, foi proposto uma atividade de reflexão para os atuais membros do LEO Clube de Agudos sobre notícias falsas no grupo do WhatsApp. A primeira etapa foi a disponibilização no grupo de um questionário online com doze questões, identificando de modo geral o perfil, consumo de redes sociais, as opiniões acerca da Fake News e o reconhecimento ou não do papel de emissor de informações.

Houve a participação de nove voluntários na pesquisa online no dia 07 e 08 de julho de 2019, sendo sete entre as idades de 15 a 25 anos e dois acima dos 40 anos. Em relação ao gênero foram 5 femininos e 4 masculinos.

Em relação as plataformas que os participantes mais utilizam para buscar informações e notícias, foram respondidas da seguinte ordem: sites de pesquisa (por exemplo: Google), site de notícias (por exemplo: Folha de São Paulo), Facebook, Youtube, depois Whastapp e Instagram.

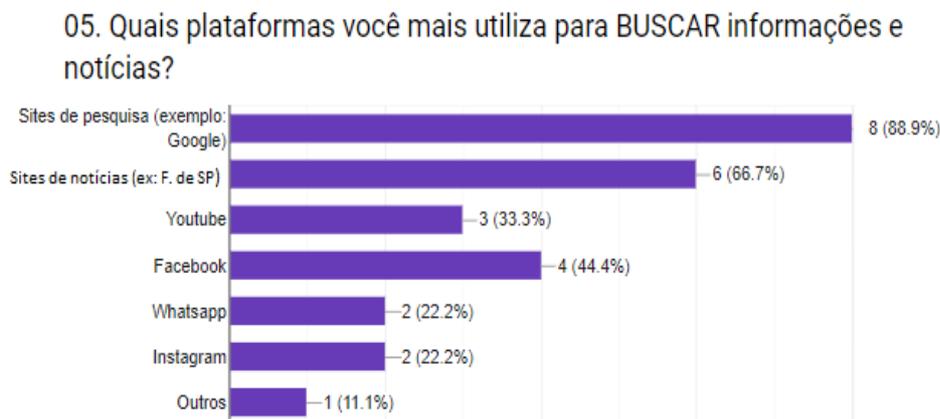


Figura 01. Plataformas de busca de informações e notícias
Fonte: Pesquisa aplicada pela autora (2019)

Demonstrando uma compatibilidade entre os participantes e os perfis dos entrevistados da pesquisa do IBGE, a qual destacou que a partir do dispositivo celular o principal uso são aplicativos de trocas de mensagem ou bate-papo por 94,6% dos internautas entrevistados, além disso, cerca de 76,4% dos participantes apontaram que usam a internet para assistir a vídeos, à medida que as chamadas de voz ou vídeo estão na terceira colocação com 73,3% dos entrevistados (CANALTECH, 2018).

Depois, questionou-se sobre quais plataformas mais utilizadas para compartilhar informações em primeiro lugar ficou o WhatsApp com 90% (noventa por cento), seguido por Facebook (não incluído o Messenger) com aproximadamente 67% (sessenta e sete por cento) e em terceiro Instagram com 23% (vinte e três por cento).

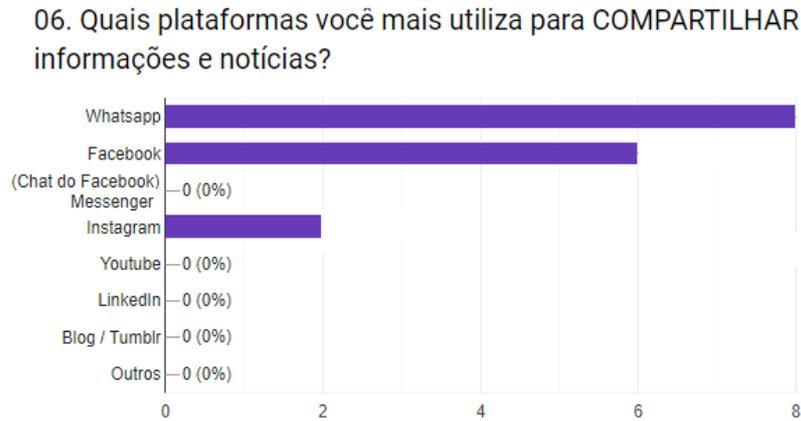


Figura 02. Plataformas de compartilhamento de informações e notícias
Fonte: Pesquisa aplicada pela autora (2019)

Logo após, foi realizada a pergunta “Você se lembra qual foi seu último compartilhamento? De que assunto se tratava? ”, somente um participante respondeu que não se lembrava, os outros indicaram: notícias com o tema da educação, informação sobre o LEO Clube, notícia de futebol, divulgação da inauguração de um local novo na cidade, momento de lazer, memes, vídeos de dança.

Em seguida, foi indagado se o participante acreditava que possui algum "papel" ao compartilhar notícias, e qual ou quais seriam. Dois voluntários responderam que não reconheciam nenhum papel ao compartilharem notícias ou informações, um afirmou que possui um papel importante, mas não identificou qual seria. Nesta questão aberta, uma resposta ressaltou-se, demonstrando conhecimento do membro em relação ao tema, conforme a seguir:

“Sim, quem compartilha uma notícia traz a informação para o seu ciclo social, o que gera uma responsabilidade, já que a informação transmitida pode afetar situações e pessoas que estão envolvidas no assunto/situação, prejudicando a imagem de alguém por exemplo, ou atingindo os leitores, que a partir da informação compartilhado por você poderá formar ideias e tomar decisões equivocadas”.

Além disso, de acordo com os outros respondentes eles se sentem como “responsáveis”: em transmitir a verdade a partir dos próprios compartilhamentos, a divulgação em suas mídias

sociais de assuntos do seu conhecimento para outras pessoas lerem, contribuir através dos compartilhamentos de notícias que pessoas fiquem sabendo de determinado assunto, e participar das mídias com suas opiniões e informações consideradas relevantes.

De modo geral foi possível identificar uma dificuldade entre os participantes de compreenderem o papel de emissor diante do contexto das mídias sociais, as respostas indicaram que parte dos membros tem uma visão “simples” dos compartilhamentos como somente a responsabilidade em divulgar informações no sentido de serem verdadeiras. Contudo, não se identificam como emissores e receptores, que podem contribuir ou persuadir a opinião do seu ciclo de amigos nas mídias.

Posteriormente, foi perguntando “o que é Fake News para você? ”, sendo o vocábulo Fake News selecionado devido sua popularização, cerca de seis participantes responderam no âmbito de notícia falsa e distorcida, um voluntário enfatizou que a notícia falsa em diversas mídias, como jornal, televisão, rádio mas principalmente na internet, uma pessoa definiu como um “meio de notícia que não são verdadeiras”, um membro apontou a Fake News como “a transmissão de uma informação ou notícia que é falsa, seja ela por criação de fatos inexistentes ou distorções intencionais de situações ou falas para dar um significado que não seria o real”.

As respostas foram condizentes com as definições propostas pelos atuais estudos sobre notícias. Destacando-se a resposta que apontou a intencionalidade da informação ser falsa, e que a ênfase da presença deste fenômeno na internet.

Em relação a identificação da Fake News em questão do tipo aberta, a maioria dos participantes responderam que se utilizam de pesquisa e a confirmação em outras fontes, duas pessoas relataram que verificam a partir dos seus próprios conhecimentos ou experiências, enquanto um membro apontou que determina de acordo com o conteúdo (como algo “estranho ou sensacionalista”).

Neste sentido, as respostas de forma geral, como a busca por fontes que trabalhem com seriedade e que veiculem informações confiáveis, corroboram com ideia da literacidade na internet, uma vez que possibilita modos acessíveis e variados de conhecimento, incluindo a procura, seleção e avaliação de informações e fontes, criando um posicionamento crítico ao julgamento em relação a confiabilidade (LIVINGSTONE, 2011).

Os voluntários ainda foram questionados sobre seu “contato” com a Fake News, isto é, caso tenha ou não compartilhado e acreditado, apenas acreditado, ou ainda que nunca tivesse visto uma Fake News. Assim, verificou-se que todos os participantes já viram alguma notícia falsa em suas redes sociais, sendo que 33,3% já compartilhou e acreditou, enquanto 44,4 % não compartilhou, entretanto já acreditou em Fake News.

11. Você já compartilhou ou acreditou em alguma Fake News?



Figura 03. Contato com Fake News
Fonte: Pesquisa aplicada pela autora (2019)

O questionário foi finalizado com a seguinte indagação: “Fake News se espalham 70% mais rápido que notícias verdadeiras, de acordo com a pesquisa do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (EUA). Cada postagem verdadeira atinge, em média, mil pessoas, enquanto as postagens falsas mais populares atingem de mil a 100 mil pessoas.” O que isso representa para você? ”. As respostas foram diversificadas, conforme o quadro a seguir:

Falta de informações das pessoas
Representa que as pessoas compartilham antes de analisar se a notícia é falsa ou não
Falta de conhecimento e procura por maiores informações antes de compartilhar ou comentar uma notícia
As informações representam que fake news apresentação uma chamada que prende a atenção do usuário de uma maneira muito forte e que muitos compartilham informações sem a certeza de veracidade.
Confusão
Que as pessoas acreditam muito em notícias falsas
É ruim, geralmente as fake news tem essa proporção em sua divulgação justamente por serem notícias sem pé nem cabeça. Q Apesar de não ter fundamento faz com q o leitor compartilhe devido seu conteúdo “bombástico”.
Essa grande diferença de alcance está ligada ao interesse das pessoas de forma geral, uma notícia real e de situação comum, normalmente não desperta o interesse, não tem impacto, ao contrário da Fake News, que normalmente é sobre assuntos de interesse coletivos, de temas conflitantes e criadas com o objetivo de causar um dano direto ou indireto a determinada situação, tema ou pessoa.
Que as pessoas acreditam muito em notícias falsas

Figura 04. Questão 12 do questionário online
Fonte: Pesquisa aplicada pela autora (2019)

As respostas se alinham com a pesquisa do MIT (ESTADÃO, 2018) de que as pessoas possuem a tendência de acreditar nas mensagens que reafirmam os seus próprios pontos de vista, sem ser acompanhada da checagem da veracidade da informação.

Após a aplicação deste questionário, no dia 09 de julho de 2019 foi proposto a discussão a partir de uma notícia falsa selecionada em um site de checagem no grupo oficial do LEO Clube de Agudos. Foi questionado se a notícia era verdadeira ou Fake e a motivação para a resposta, além de indagar sobre a opinião de quem compartilha notícia como formador de opinião.



Figura 05. Proposta de discussão
Fonte: Pesquisa aplicada pela autora (2019)

No decorrer do debate referente a primeira questão foi evidente a confusão dos voluntários quanto a classificação de verdadeira ou falsa da notícia devido ao formato jornalístico, já que a reportagem selecionada se assemelhava a um portal de notícias. Vale destacar que embora na pesquisa online a maioria dos participantes tenham respondido que para identificação de fake ou não confirmam em outras fontes, durante a discussão nenhuma pessoa pesquisou, e todos responderam alinhados com suas experiências em relação ao assunto.

Além disso, sobre o questionamento referente aos emissores de notícias as respostas foram divergentes, uma vez que para alguns a pessoa divulga as notícias na intenção de

“divulgar”, ou afirmar e consolidar um posicionamento, enquanto, para outros voluntários as pessoas responsáveis pelo compartilhamento não possuem a noção que também são emissora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De forma geral, verificou-se que as notícias falsas estão cada vez mais presentes nos contextos tecnológicos, principalmente com a expansão do uso das mídias sociais. A partir das pesquisas foi possível observar que as pessoas possuem um embasamento do modo de agir perante as notícias veiculadas na internet, no entanto, isto não ocorre efetivamente na prática, já que muitos participantes já acreditaram e até mesmo compartilharam informações incorretas e falsas.

Outro destaque foi em relação a dificuldade da maioria dos participantes em reconhecerem o importante papel das pessoas como emissoras nas mídias sociais, existe uma visão simplista de apenas divulgação de informação. Neste contexto, a literacia para jovens se demonstra como um desafio e um elemento necessário para o efetivo uso da internet, principalmente diante do fenômeno da desinformação.

Além disso, o estudo exploratório também demonstrou que a verificação e checagem de notícias ainda não é um hábito praticado pelos usuários usualmente, embora tenham reconhecido a importância. Desta forma, a literacia contribuiu para a construção do conhecimento e também no combate destas notícias falsas.

Referências

ALMEIDA, L.B.C; ANDRELO, R.; SIQUEIRA, A.B. **MÍDIA-EDUCAÇÃO NO ENSINO MÉDIO: Uma Experiência com Alunos e Professores.** Disponível: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/5397/4321>>. Acesso 25 fev. 2020

CANALTECH, Site Oficial. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/internet/brasil-tem-116-milhoes-de-usuarios-de-internet-afirma-ibge-108612/>> Acesso 20 fev. 2020

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2003.

ESTADÃO, **Fake news têm 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo novo estudo.** Disponível em <<https://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>>. Acesso 15 jul. 2019

LIVINGSTONE, Sonia. **Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades online**. Disponível em: <[https://www.revistas.usp.br/matrizises/article/download/38290/41112/0](https://www.revistas.usp.br/matrizizes/article/download/38290/41112/0)>. Acesso 20 fev. 2020

MUNDO EDUCAÇÃO, **Fake News**. Disponível em: <<https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/curiosidades/fake-news.htm>>. Acesso 24 fev. 2020

SAKAMOTO, Leonardo. **Definições fundamentais sobre discurso de ódio e fake news**. In: Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Desafios da Internet no Debate Democrático e nas Eleições. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ceze1ZYEVtw>>. Acesso 18 fev. 2020

VIANNA, Ilca. **Metodologia do trabalho científico**: um enfoque didático da produção científica. São Paulo: E.P.U., 2001.

UNESCO. **Communication and society: a documentary history of a new world information and communication order seen an evolving and continuous process**. Paris: UNESCO, 1987